

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, D.A. (1991). *Managinig Brand Equity*. USA: The Free Press.
- Egan, J. (2007). *Marketing Communication*. London: Thomson Learning.
- Engel, J.F. (1996). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Griffin, E.M. (2006). *A First Look At Communication Theory*. New York: Mc Grow Hill.
- Keller, K.L. (2012). *Strategic Brand management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson Education Limited.
- Koekemoer, L. (2014). *Marketing Communication*. Landsdowne:
- Kertajaya, H. (2008). *Newwave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M.R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. England: Pearson Education Limited.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta : ANDI.
- Travis, D. (2000). *Emotional Branding: How Successful Brand Gain The Irrational Edge*. Roseville, CA: Pima Venture.
- Yuswohady. (2017). *GenM: Generation Muslim*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

LAPORAN PENELITIAN

- Ainy, Q., Rahardjo, T., Lestari, S.B. (2013). Memahami Penerimaan PembacaFashion Blog Hijabers (Pengguna Hijab Modern) Terhadap Pergeseran Makna Penggunaan Hijab. (Analisis Resepsi Terhadap Blog Dian Pelangi). Sumber: Skripsi

- Ashadi, R.W. Halal Science: An Introduction. Sumber: Jurnal Of Halal Research Vol. 1, No.1.
- Hashim, A.J., Musa, R. (2014). Factor Influencing Attitudes Towards Halal Cosmetics Among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis. Sumber: Procedia - Social and Behavioral Sciences 130 (2014) 129 – 134.
- Nursaidah. (2013). Pengaruh Risiko Pembelian, Harga Atas Kualitas Produk, Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Dan Integritas Terhadap Sikap Dan Minat Pembelian CD Musik Bajakan Di Kota Jember. Sumber: JEAM Vol XIINo.1/2013.
- Rambe, Y.M., & Afifuddin, S. Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan). Sumber: Skripsi.
- Suharyanti. (2011). Pengaruh Persepsi Kecocokan dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Asosiasi Merek dan Intensi Membeli (Studi pada PT Multi Bintang Indonesia). Sumber: Journal Communication Spectrum Vol. 1, No. 1.
- Sulaiman, A., Shaleh, A., Suki, N.M., Laison, S. Attributes in Halal Standard: What is in the Mind of Consumer?. Sumber: Journal of Applied Sciences Research, 8 (1): 301-313, 2012.
- Tarmedi, E. & Asri, P.N. Pengaruh Perceived Quality dari Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Bukrim. Sumber: Strategic, Volume 8, Nomor 15, Februari 2009.
- Widiyanto, N.A. Sikap, Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Buah Apel (Kasus: Kota Malang dan Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur). Sumber: Thesis.

WEBSITE

- Pew Research Center Religion and Public Life. (2010). Muslim Population In Indonesia. Website: <http://www.pewforum.org/2010/11/04/muslim-population-of-indonesia/>

Wulandari, D. (2017). Kebangkitan Pasar Muslim Indonesia.
Website: <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/kebangkitan-pasar-muslim-indonesia>

Nurhayat, W. (2016). Pendiri Wardah: Membangun Bisnis Tidak Dengan Cara Instan. Website: <https://news.indotrading.com/bagi-pengusaha-ini-membangun-bisnis-tidak-dengan-cara-instan/>