

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alserhan, Baker Ahmad. *on Islamic branding: Brands As Good Deeds*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 1 No. 2, 2010.
- Arifianto, S. (2016). *Implementasi Metode Penelitian “Studi Kasus” dengan Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Citra Aditya Bakti. CA: Sage.
- Dendy, Triadi Bharata., & Addy, Sukma. (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindi.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hidayati, D, A. (2018). *Pengaruh Islamic branding dan nilai Religiusitas terhadap keputusan konsumen muslim dan pemilihan Hotel*. Jurnal ekonomi Islam, 4 (2), 21-39.
- Hsieh, H.F & Shannon, S. E. (2005). *Three approaches to qualitative content analysis*. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:Alfabeta.
- Iswari, Retno dan Latifah, Fatma. (2013). *Buku Pengantar ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jonathan A.J. Wilson, Jonathan Liu. (2011). *The Challenges of Islamic Branding*.
- Kertajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Esensi Erlangga Group: Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Pubic Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nickels, William G., James M. Mchugh, dan Susan M. Mchugh. Alih bahasa oleh Elevita, Y. dan Diana, A. (2009). *Pengantar Bisnis Buku I (edisi 8)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rahman, David J. (2012). *Pengantar Ilmu Administrasi Niaga*. Jakarta: Karunia.
- Shafie S, Othman N Md, (2006). *Halal Certification: an international marketing issues and challenges*.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supomo, Bambang dan Indriantoro, Nur. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Lumajang: BPFE UGM.
- Swastha, Basu, dan Handoko. (2014). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Wijaya, Bambang Sukma. (2019). *Riset Komunikasi Merek*. Jakarta: UB Press.
- Weber, Robert Philip. (1990). *Basic Content Analysis. Edisi 2*. Newbury Park,

**KARYA ILMIAH**

- A.J. Wilson, Jonathan & Liu. *The Challenge of Islamic Branding: Navigating Emotions & Halal*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No. 1, 2011.
- Delener, Nejdett (1994). *Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications (Abstract)*. *European Journal of Marketing*. 1994 Volume: 28 Issue: 5 Halaman: 36 – 53.
- Danibrata, Aulia. (2008). *Pengaruh Perluasan Merk terhadap Citra Merk pada Produk-Produk Pepsodent*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. Jakarta: Trisakti.
- Dion, Dewa Barata. (2017). *Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension Pada Intensi Membeli Pada Konsumen*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 2 No. 1 .
- Hafiz, M. (2017). *Pengaruh Islamic Branding dan pelaku religious terhadap kepuasan konsumen terhadap dampaknya pada loyalitas konsumen pada produk kosmetik wardah*. *Jurnal ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 40-80.
- Henry A. Laskey , Ellen Day & Melvin R. Crask. (1989). *Typology of Main Message Strategies for Television Commercials*. *Journal of Advertising*, 18:1, 36-41.
- Hidayati, Dwi Alvin. (2018). *Analisis Pengaruh Islamic Branding dan Nilai Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Muslim Dalam Pemilihan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Semesta Semarang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Laskey, Henry A. (1988). *Television Commercial Effectiveness as a Function of Main Messages and Commercial Structure*. Unpublished Ph.D. Dissertation, University of Georgia.
- Lisani, Nurul. (2018). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk-Produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa Muslim FEB USU*. Medan: Prodi Ekonomi Pembangunan, fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Meutia, Rahmi. (2017). *Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone di Kota Kuala*

- Simpang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan: Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra.
- Nomiasari, F. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*, 16-21. Prenhallindo.
- Novrianda, Dytta. (2018). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Brand Extension, Dan Perceived Quality Terhadap Costumer Satisfaction (Pemasangan Iklan) Melalui Brand Preference Sindo Media (MNC Group)*. Jurnal Ekobisman Vol 3. No. 1.
- Pratiwi, Rahmi Syah. (2018). *Di Balik Citra Iklan Shampoo Pantene (Makna Bias Gender Pada Iklan Pantene Versi Labels Against Women di Televisi)*. Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI.
- Saefuloh, A. (2019). *Analisis perilaku konsumen muslim dalam Belanja Fashion di Online Shop*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. 30-41.
- Suharyanti. (2011). *Pengaruh Persepsi Kecocokan dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Asosiasi Merek Dan Intensi Membeli: Studi Pada PT Multi Bintang Indonesia*. Journal Communication Spectrum, Vol. 1 No. 1.
- Utami, Sari. (2017). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga, dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Vitouladiti, O. (2014). *Content Analysis as a Research Tool for Marketing, Management and Development Strategies in Tourism*. Procedia Economics and Finance, 9 (Ebeec 2013), 278–287.
- Wijaya, B. S. (2011). *Model Intertekstualitas (Metode Triangulasi dan Validasi Data Penelitian Tekstual)*. ID Patent. Dirjen HaKI, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Wilson, J.A.J. and Liu, J. (2011). *"The Challenges Of Islamic Branding: Navigating Emotions and Halal"*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 2 No. 1, pg. 28-42.
- Zulfa, I. (2017). *Representasi citra Muslimah dalam iklan Wardah Exclusive series versi Dewi Sandra In Paris*.

**SUMBER ELEKTRONIK/INTERNET**

- <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen> (Diakses 20 April 2020)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/Indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia#> (Diakses 19 Mei 2020)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/24/berapa-jumlah-penduduk-muslim-Indonesia> (Diakses 29 Mei 2021)
- <https://marketeers.com/jelang-ramadan-nivea-luncurkan-produk-hijaber-pertamanya/> (Diakses 29 Mei 2020)
- <https://marketeers.com/sari-ayu-terus-garap-pasar-hijab/> (Diakses 29 Mei 2020)
- <https://pressrelease.kontan.co.id/release/dualangkahmendasar-perawatankulit-dari-marina> (Diakses 4 Agustus 2020)
- <https://www.nivea.co.id> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://www.sahabatmarina.com> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://sariayu.com/tentang-sariayu> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://swa.co.id/swa/business-strategy/komitmen-marina-hadirkan-hand-body-lotion-yang-halal> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://www.idntimes.com/life/women/muhammad-tarmizi-murdianto/batasan-aurat-wanita> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://kalam.sindonews.com › ayat › al-maidah-ayat-90> (Diakses 27 Juni 2021)
- <https://www.facetofeet.com/skincare/14090/nivea-luncurkan-produk-khusus-hijabers-indonesia-agar-yakinmelangkah> (Diakses 15 Agustus 2021)

- <https://microsite.grid.id/cewekbanget/ugc/detail/marina-eau-de-toilette-dijamin-wangi-seharian-penuh.html> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://marketing.co.id/demand-hijab-care-naik-400-perang-iklan-tv/> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://www.elvanasira.com/2020/04/nivea-membuat-lebih-percaya-diri-dan-yakin-melangkah.html> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://www.afrirentin.com/2020/04/Nivea-meluncurkan-produk-terbaru-untuk-para-hijabers.html> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://swa.co.id/swa/business-strategy/komitmen-marina-hadirkan-hand-body-lotion-yang-halal> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://halal.ipb.ac.id/produk-halal-indonesia-mampukah-kekuatan-domestik-memenangkan-persaingan-global/> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://disperindag.kukarkab.go.id/berita/artikel/potensi-sektor-industri-halal-di-indonesia> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen> (Diakses 15 Agustus 2021)
- <https://republika.co.id/berita/plv4i8328/cara-wardah-hadirkan-produk-kosmetik-halal> (Diakses 16 Agustus 2021)
- <https://swa.co.id/swa/trends/nivea-fokus-garap-40-konsumen-berhijab> (Diakses 16 Agustus 2021)
- <https://www.beautynesia.id/berita-muslim/mengaku-fans-inilah-fakta-fakta-menarik-mengenai-hamidah-rachmawati-yang-wajib-kamu-ketahui/b-94773> (Diakses 20 Agustus 2021)