

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Qurrota dan Nurul Istiani, “*Epistemologi Fikih di Media Sosial (Konstruksi Epistemologis Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Bermuamalah)*”, *Risâlah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* Vol. 7 No. 2 (2021).
- Afrianti, Nonie dan Detri Agustina, “*Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients terhadap Minat Beli Produk PT HN HPAI Kota Bengkulu*”, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1, No. 2 (2020): 125
- Afzaal, Ali.Ali Adnan & Sherwani Mehkar. “*Shaping Halal into A Brand? Factor Affecting Consumers, Halal Brand Purchase Intention*”, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 08 May 2017.
- Aisyah, Nurul. Muh Akil Rahman, dan Sitti Aisyah. “*Analisis Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Remaja Wanita Di Kota Makassar*”, *JURNAL SIPAKALEBBI* 5 No. 2 (2021).
- Batee, Maria Magdalena. “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*”. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 2 No. 2 (2019): 313-324.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Maliki Press, 2011.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- Ermawati. Atika Husaini dan Irham Pakkawaru, “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu*”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam JIEBI* Vol. 2 No. 1 Tahun 2020.
- Firliana, Ika Ananda. *Kajian Literatur Penerapan Strategi Citra Merek dan Islamic Branding dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Penerapan Citra Merek pada Benak Konsumen dan Label Halal pada Produk Kecantikan Wardah Exclusive Matte Lipcream)*, *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 1* (2018): 20-30.
- Fitriyani, Endah Nur. “*Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer*”, *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1 No. 4 (2021), hlm. 578.

- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi ke – 3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Hafidziansah, Naufal Pramana. Thesis: “*Strategi Komunikasi Pemasaran Vapehitz Bandung Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Vapehitz Bandung Melalui Media Sosial Instagram)*”, (Bandung: Doctoral Dissertation, FISIP UNPAS, 2022).
- Hamdani, Muhammad Yusuf. Skripsi: “*Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram)*”, (Malang: Universitas Brawijaya, 2018).
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistika Edisi ke – 4*. Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- <https://www.khoiruroside.com/2018/04/alhamdulillah-safi-sudah-hadir-di-Indonesia.html?m=1> diakses 12 Maret 2022 pukul 21.23.
- <https://www.safiindonesia.com/> diakses 03 Februari 2022 pukul 21.05 WIB.
- <https://www.safiindonesia.com/article/read/memilih-skincare-halal-dengan-teknologi-mutakhir> diakses 26 Februari 2022 pukul 21.48 WIB.
- <https://www.safiindonesia.com/article/read/skincare-halal-malaysia-safi-diluncurkan-di-indonesia> diakses 26 Februari 2022 pukul 22.05 WIB.
- Islamy, Athoillah. "Paradigma Sosial Profetik dalam Bermuamalah di Media Sosial", Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan, Vol. 3 No.1 (2021).
- Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Khasanah, Miftakhul. “*Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal : Studi Netnografi*”. Al-Tijary (2020): 139-157.

- Kotler, Philip dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee, *Pemasaran di Sektor Publik*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Kotler, Philip. Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2019.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Glora Aksara Pratama, 2013.
- Kusuma, Aryanti Muhtar. Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom, "Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Milenial di Kudus", *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, No. 2 (2020)
- Kusuma, Aryanti Muhtar. Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom. "Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Milenial di Kudus".
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus : STAIN Kudus, 2009.
- Miranti, Ayu. "Mengenal Skincare Halal? Apa Saja Sih Kriterianya?" <https://www.dream.co.id/infeed/mengenal-skincare-halal-apa-saja-sih-kriterianya-2500.html> diakses 26 Februari 2022 pukul 21.26 WIB.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Novita, Dian. Lin Suciani Astuti, dan Fibria Anggraini Puji Lestari. "Pengaruh Promosi Menggunakan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Be Glow Skincare", *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, Vol. 4. No. 1, 2020.
- Nurohman, Yulfan Arif. "Theoretical Review: Teori Merek Halal." *Among Makarti* Vol.10 No.20, (2018).
- Nurudin. *Pengantar Komunikaiss Massa*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA, 2017.
- Oktavenus, Ricky. *Analisis pengaruh Transformasi Digital dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Bisnis Model Perusahaan di Indonesia*, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 3 No. 5 Tahun 2019: 44-48.

- Pamungkas, Nurul Luthfiani dkk. "Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* Vol. 2 No.2 (2021): 111-125.
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta : PT Buku Seru, 2010.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2017.
- Putri, Larassanti Eka. K. Bagus Wardianto dan Ghia Subagia. "Perspektif Halal dan Sosial Media Pada Pembelian Kosmetik", *Jurnal Perspektif Bisnis* Vol. 3 No.1 (2020): 45-55.
- Safarsyah, Alfandi Ilham. "Hadis Nabi SAW Tentang Obat Dalam Tinjauan Ilmu Kedokteran Modern." *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu al-Qur'an dan al-Hadits* 12.2 (2018): 165-188.
- Sari, Arista Fauzi Kartika dan Junaidi. *Fenomena Label Halal is it Awareness or Branding*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 01, 2020.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Somantri, Gita. *Aspek Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah oleh Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*, Naskah Publikasi Skripsi, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah, 2018.
- Sudarmanto, Gunawan. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 1999.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: PustakaBaruPress, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014.
- Suryani, Khairina Tambunan dan Purnama Ramadhani Silalahi. "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Study Kasus: Skincare Wardah." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* Vol. 2 No. 1 (2022): 73.
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Yulianto, Heru. Yohanes Sutomo. Dyah Palupiningtyas dan Krisnawati Setyaningrum Nugraheni. *Investigating the Role of Interactive Social Media and Halal Brand Equity on Purchase Decision-*

*Making : Direct and Indirect Effects*. Measuring Business Excellence. 2021.

Zainal, Veithzal Rival. *Islamic Marketing Management: Membangun Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

Zainal, Veithzal Rival. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

