

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyani, Ni Kadek Ayu Mega. “Media Promosi Pemasaran Online” July 26, 2020. <https://www.kelasmega.my.id/2020/07/pengertian-jenis-dan-keuntungan.html>.
- Al-Qur’an Kemenag. Al-Isra’: 28.
- Al-Qur’an Kemenag. An-Nisa’: 29.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Bahri, Syabbul. “Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Episteme*, Vol. 8 No. 1 (2013).
- Beautycare.id. 5 Maret, 2022 (11:25). <https://beautycares.id/fabil-beauty/>.
- Cahya, Dessy Ratna Ayu dkk. “Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Model AISS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Produk Donat di Abata Donuts Surakarta Jawa Tengah.” *Agarista*, Vol. 8 No. 4 (2020).
- Chaidir, M. dkk. “Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda.” *ejurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6 No. 1 (2018).
- Chairiawaty. “Branding Identity Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No. 2 (2012).
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Elvera dan Yesita Astarina. “Pengaruh Promosi Online dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan ‘Kimi Collection’ Kota Pagar Alam.” *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 No. 1 (2020).
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Haniscara, Noky Ananda dan Saino. “Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan pembelian Produk Fashion di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pda Generasi Muda Surabaya.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 5 No. 1 (2021).
- Harminingtyas, Rudika. “Analisis Penggunaan Tagline Pada Setiap Usaha Periklanan Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Semarang.” *Fokus Ekonomi*, Vol. 8 No. 2 (2013).
- Ikhsania, Annisa Amalia. “Skincare Adalah Asupan Nutrisi yang Dapat Menjaga Kesehatan Kulit”. December 31, 2020.

<https://www.sehatq.com/artikel/arti-skincare-serta-manfaat-dan-macam-macamnya-sudah-tahu>.

- Intan, Kenia. “Pasar Produk Perawatan Kulit Punya Potensi Berkembang” August 13, 2019. <http://amp.kontan.co.id/newa/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>.
- Jamaludin Achmad, Zainul Arifin, dan Kadarisman Hidayat. “Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 21 No. 1 (2015).
- JavanLabs. Surah Al-Maidah ayat 2. 01 Januari 2022. <https://tafsirq.com/5-Al-Ma'idah/ayat-2>.
- Liputan6.com. “Perusahaan Skincare dan Kosmetik Sunnah Herbal Pertama di Indonesi.” 11 Maret, 2022. <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4472556/perusahaan=skincare-dan-kosmetik-sunnah-herbal-pertama-di-indonesia>.
- Mahisa, Rindang Kurnia, dkk. “Analisis Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Telpn Seluler Merek OPPO (Studi pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram).” *JRM*, Vol. 19 No. 2 (2019).
- Mal, Lydia Herlina dan I Gede Agus Martayasa. “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali.” *Jurnal Undhirabali/ISSN*, Vol. 13. No. 1 (2018).
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonosia, 2005.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Exel*. Kudus: Media Ilmu Press, 2014.
- Muslim.or.id. Kriteria Iklan Yang Syar’i. 01 Januari, 2022. <https://umma.id/article/share/id/6/230164>.
- Nuradi, dkk. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Peter, J Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Diterjemahkan Oleh Diah Tantric Dwiandani, Ed 9 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.

- Purnama, Indah. “Pengaruh Promosi Online dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Youth & Islamic Economic Journal*, Vol. 1 No. 2 Juli 2020.
- QUR’AN KEMENAG. 10 Januari 2022.  
<https://quran.kemenag.go.id/sura/28>.
- Rahardian, M. Dhani, Andriani Kusumawati, dan Ari Irawan. “Pengaruh Tagline Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone OPPO F3 Plus di Universitas Brawijaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 75 No. 1 (2019).
- Rustan, Suriyanto. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Sanusi Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saputri, Desi dkk. “Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Studi pada Produk Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis.” *Business Management and Entrepreneurship Journal*, Vol.2 No. 4 (2020).
- Sasmita, Ila dan Ahmad Effendi. “Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kota Makasar.” *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, Vol 2 No. 4 (2021).
- Setyawan, Dodiet Aditya. *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Surakarta: Tahta Media Grup, 2021.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sugiono. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suharsono, Riyanto Setiawan dan Rini Purnama Sari. “Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hujab.” *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, Vol. 1 No. 2 (2019).
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Wikipedia. “Twitter”. 02 Januari, 2022 (19.27).  
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Twitter>.
- Wikipedia. “Youtube”. 02 Januari, 2022 (19.23).  
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/YouTube>.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.