

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdillah F. Hasan, 40 Bisnis Paling Laris, (Semarang: Dahara Prize, 2013), hlm. 154
- Abdul Rauf and et al, *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, ed. Romindo and Eko Sudarmanto, Cetakan 1 (Cirebon: Insania, 2021), 43-44.
- Agus Rusmana, *The future of organizational communication in the industrial era 4.0*, (Indonesia:Media Akselerasi, 2019), hlm. 577
- Al- Qur'an Mushaf Terjemah Ar-Rosyd, Al- A'raaf ayat 26 (Bekasi:Pt. Alribh Murtadho Jaya)
- Al-Qur'an Mushaf Terjemah Ar-Rosyad, Al-Baqarah ayat 168 (Bekasi: PT. Alribh Murtadho jaya), 25
- Anif Punto Utomo, Guntur Subagja, Ismi Kuhartanto, A Iskandar Zulkarnaian, Dua Dekade Ekonomi Syariah Menuju Kiblat Ekonomi Islam, (Jakarta: Gres! Publishing Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), 2014), hlm. 190
- Departemen Agama RI, Al-Qura>n dan Terjemahnya, 307.
- Dewi Komala Sari, Alshaf Pebrianggara, and Mas Oetarjo, Buku Ajar *Digital Marketing*, ed. M. Tanzil Multazam and Mahardika Darmawan, pertama (Sidoarjo, Jawa Timur: Umsida Press,2021),31
- Dr. Asfi Mansilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif:Paradigm, Metode Dan Aplikasi Cet. I* (Malang:Ub Pres 2017) hal. 44
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia no: 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya
- Hamidah Rahim, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, (Indonesia, Penerbit underline, 2024), hlm 63
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Penerbit Mizan, 2006), 107
- J.B.A.F. Maijor Polak, *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas* (Jakarta: PT. Ichhtiar Baru, 1982), hlm. 36.
- Keller, K. L., Parameswaran, *Strategic brand manajement:Building, measuring, and managing brand equity*, (Pearson Education, Ltd)
- Kotler, Keller *Manajemen Pemasaran*, edisi ketigabelas, jilid 1, (Jakarta:Erlangga)
- Kunarjo, *Glosarium Ekonomi, Keuangan dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Indonesia Perss, 2003), 81.
- M. Dliyaul Muflihin, "Konstruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal *Fashion*" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018). hlm. 5

- M. Guffar harahap, Dkk, "Industri Halal di Indonesia" (Serang, Banten, Sada Kurnia Pustaka, 2023). hlm. 9
- M. Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Jakarta: Kencana, 2010), 150
- M.Dliyaul Muflihin, Tesis, Kontruksi Indikator Halal dalam Perkembangan Industri Halal Fashion, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018). hal. 69
- M.Nusran, M.Gunawan, S.N. Razak, I.S Wekke, Halal Awareness on the Socialization of Halal Certification, IOP Conference Series: Earth And Environmental Science (2018)
- Marco Tieman dkk, *Principle in Halal Supply Chain Management*, (Juni: 2012), hlm. 232.
- Milhinhos, P. R. V. "The impact of content marketing and attitudes and purchase intentions of online shoppers : the case videos and tutorials and ushers-generated content (Brazilian School pf public and bussines administration)
- Moh. Taufik Dkk, (Jawa Barat: Guepedia, 2020). hlm. 100
- Mowen, John dkk, *Customer Behavior* edisi kesebelas (Boston:Prentice Hall, 2012)
- Muhammad Mutawalli Sya'rawi, Fiqh Wanita, (Jakarta: Al-Maktabah at-Taifiqiyah, 2004), hlm. 471
- Mustafa Edwin Nasution dkk, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam (Jakarta: Kencana, 2015), 109
- Mustaq Ahmad, Etika Bisnis Dalam Islam (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2001), 125.
- Nia Sastra Permata dan Anna Maria Sri Asih, Identifikasi Atribut – atribut yang paling berpengaruh dalam memprediksi Trend Fashion, Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gajah Mada, 2020, hal. 99-103
- Nina Surtiretna, Anggun Berjilbab, (Bandung: Al-Bayan, 1990), hlm. 40
- Nyoman Dwika Ayu Amrita dkk, *Digital Marketing:Teori, implementasi dan Masa Depan digital marketing* (Indonesia: PT. green pustaka indonesia, 2024) hlm. 114
- Pantri Heriyati, Strategi pemasaran, segmenting, targeting dan positioning (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, Hlm. 60)
- Pulizzi Joen, Newt Barret "Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing", (New York, Amerika , McGraw Hill LLC, 2009)
- Rebecca Lieb "Content Marketing" (Indianapolis, USA, 2012), hlm. 1-2

- Relly Anjar Vinata Wisnu Saputra, *RETORIKA: Teori dan Teknis Praktis Seni Berbicara di Era Digital*, (Banyumas:Wawasan ilmu, 2024), hlm.63
- Rina Rahmawanty, “Teknologi Kosmetik” (Malang, Jawa Timur: IRDH Book, 2019). hlm. 2
- Roni, dkk, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori, praktek dan evaluasi*, (Indonesia, AE Publishing: 2023) hlm. 54
- Rosady Ruslan, *Metode penelitian Public Relations dan komunikasi*, Edisi 1 (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2003), 138
- Sirait, Dkk “Analisis *Content Marketing Giveaway* Dalam Meningkatkan Jumlah *Followers* Pada Akun Instagram @Mostrans.Id”, *Jurnal Teknologi Informasi* (2024)24
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Edisi 8 (Bandung: Alfabeta, 2014), 82-83
- Tina Merlina dkk, “Analisis Pengguna Bahasa pada Konten Iklan Promosi UNNUR Di media sosial instagram UNNUR”, *Jurnal Pendidikan,Humaniora, linguistik dan sosial*, Vol.1, No.2 (2023)
- Uma sekaran, Roger Biugie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 6, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017), 149
- Undang- Undang. NO.33 Tahun 2014 Pasal 21 Tentang Jaminan Produk Halal
- Warta Ekspor, *Fesyen Muslim Indonesia*. Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April, hlm.4

Jurnal

- Agus Suaidi Hasan, dan Baitul Hamdi yang berjudul “Perkembangan Dan Tantangan Halal Fashion Indonesia Dalam Menjadi Produsen Utama Industry Halal Global” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 4, No. 2 (Juli 2022):2654-5543
- Ainiyyah, I., Rejeki, A. “Pengaruh *Brand Image* dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4, No. 5 (2022) <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>
- Cholifah, “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang), *Jurnal Administrasi*, 170-171
- Dessy Yunita, A. Widad, Yuliansyah M. Diah, dan Wita Farla (2021) yang berjudul “Pembuatan *Content Marketing* sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19”, *ricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* Vol. 2 No.2 (2021): 89-96
- Dewanti Pertiwi dan Henni Gusfa ,”Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute” *Jurnal Media Komunikasi*, Vol.VII, NO.2 (2018)

- Faizul Abrori, "Pariwisata halal dan peningkatan kesejahteraan", Malang: Literasi Nusantara, (2021). hlm.45
- Ika Muflichah, "Analisis Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Merek Terhadap Kesadaran Merek Dan Niat Pembelian Pada Merek *Fashion Muslim*" Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, Vol.1, No.6 (2022)
- Jupriani, Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram *New Normal* Burger Bar Ditinjau Dari Teori Retorika
- M.Diyaul Muflihah, Tesis, Kontruksi Indikator Halal dalam Perkembangan Industri Halal Fashion, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018). h 69
- M.Nusran, M.Gunawan, S.N. Razak, I.S Wekke, *Halal Awarness on the Socialization of Halal Certification*, IOP Conference Series: Earth And Environmental Science (2018)
- Made pradnyan Permana Usadi "Pengaruh Konten Pemasaran Video Pendek Terhadap Persepsi Nilai dan Partisipasi Pengguna (Studi Pada Pengguna Media Sosial) Vol. 5 No. 6 (20 Asriani A. Saeni, Ahmad Fauzy "Strategi Promosi Dalam Konten Media Sosial Mie Baraccung Makassar", Jurnal Administrasi Terapan Vol.1, No.1 (2023) <https://doi.org/10.33509/admit.v1i1.2030>
- Mia Annisa, "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir (Studi Kasus Pada Pelanggan Pos Indonesia Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta) Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, (2016)
- Muslim Fauziyah Putri dan Achsanika Hendrat yang berjudul "Pengaruh Celebrity Endorser dan *Content Marketing* terhadap Purchase Intention Fashion muslim" Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 9, No. 5 (2022)
- Mursyid & Bunga Julita "Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Produk Skincare Lokal di Kecamatan Belopa"Journal of Institution and Sharia Finance, Vol.6, No.2, Desember (2023), https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance
- Muhammad Syarifuddin, Syiar Rinaldi, Ishak, Andi Pattiware dan Annas Lalo "Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Daya Jual Produk UMKM", Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia, Vol. 2, No.1 (2024)
- Nurul Farida "Analisis Komunikasi Digital content marketing pada media instagram @kopixel.id dalam meningkatkan daya beli masyarakat (Studi kedai kopi kopixel jember" Jurnal Fisipol (2024) [Repository.unmuhjember.ac.id](https://repository.unmuhjember.ac.id)
- Nur, MT. Ishak. Putri, QAR & Sarijuddin,P. "Jaminan Produk Halal di Pasar Tradisional di Luwu Raya Berdasarkan Penelusuran Rantai Pasokan Halal", Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 8, No. 2, (2024) <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v6i2.3531>
- Rifa Nurul Aulia, Budi Harto, "Membangun keterlibatan konsumen melalui strategi *content marketing* dalam *live streaming*: Analisis Terhadap

brand yang berhasil di shopee”, *Journal of social science research*, Vol.4, No.2 (2024) <https://j-innovative.org/indek.php/innovative>

Rose junieles dkk, “Karakteristik Dan Fungsi Bahasa Iklan Bisnis Layanan Aplikasi Chating Fi Youtube” *Jurnal bahasa, sastra dan pengajaran*, Vol. 1 (2022)

syifa nurul fadillah, retno setyorin “analisis implementasi strategi *content marketing* dalam menciptakan *customer engagement* di media sosial instagram wakaf daarut tauhiid bandung” *jurnal penelitian dan kajian ilmiah* Vol. 15 No. 2 (2021) <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/2028>

Ulfah Amirah Khairi dkk, “Strategi pemasaran dan posisi target sebagai kunci keberhasilan bisnis” *Jurnal Masharif al- syariah: Jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, Vol. 9, N0.1, (2024)

Yulia Nur Hasanah, Fauzan Aziz “Analisis Pengaruh Pemasaran Konten dan Periklanan Online Kesadaran Merek terhadap Merek Produk Perawatan Kulit Halal”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 12 No. 1. (2022) [dx.doi.org](https://doi.org)

Zikra Supri, Dkk “Analisis Kesiapan penggunaan digital finance pada umkm di kota palopo perspektif I-TOE model” *Jurnal Akuntansi* Vol. 8, No. 1, (2024), <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1912>

Website

Andika dan Aldi, Upaya Menjadikan Indonesia Kiblat Fesyen Muslim, <https://knks.go.id/berita/322/upaya-menjadikan-indonesia-kiblat-fesyenmuslim?category=1>, (diakses pada 10 Januari 2024)

Andri Mastiyanto, Memetik Potensi Produk Halal Sebagai Negara Penduduk Musim Terbesar, 2018 <https://www.kompasiana.com/rakyatjelata/5a51c7e6caf7db7507252c02/memetik-potensi-produk-halal-global-sebagai-negara-penduduk-muslim-terbesar> (diakses pada tanggal 31 januari 2024)

Annisa Amalia Ikhsania, Begini Arti Konsep Halal dalam Dunia Fesyen, 7 Oktober 2016 <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/10/07/194/1509024/begini-arti-konsep-halal-dalam-dunia-fesyen>, (diakses pada tanggal 31 Januari 2024)

BPJPH “40. 721 Produk Telah Bersertifikasi Halal di Tanah Aksara Lontara” <https://bpjph.halal.go.id/detail/40-721-produk-telah-bersertifikasi-halal-di-tanah-aksara-li=ontara> (Di akses pada 31 Januari 2024)

Halal Focus, Inggris: Laporan keadaan ekonomi Islam global 2023/2024 diluncurkan di London, <https://halalfocus.net/uk-the-state-of-the-global-islamic-economic-report-2023-2024-london-launch/>

Lipasabbeku “Kuantitas Penduduk” lipasabbeku.sulselprov.go.id (Di akses pada 8 Januari 2024)

Nielsen, Konsumen Digital menunjukkan pertumbuhan tren positif, <https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/>

Sudrajad, Jilbab di Indonesia Antara Pelarangan dan Perjuangan, <https://news.detik.com/berita/d-3903674/jilbab-di-indonesia-antara-pelarangan-danperjuangan>, (di akses pada 10 Januari 2024)

