

DAFTAR PUSTAKA

- **Buku**

- Azwar. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Durianto. (2007). *Invansi Pasar Degan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy, Rangkut. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta: Penerbit Gramedia
- Kartini, Kartono. (2011). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Rajawali grafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2008). *“Manajemen Pemasaran”: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Pengendalian, Jilid 12, Edisi Terjemahan*. Jakarta: PT. Mancanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2006). *“Manajemen Pemasaran”: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Jilid 12*. Jakarta: Prenhalindo
- Richard, West (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Damayanti

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono. (2006). *Periklanan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Hsusein. (2007). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajafindo Persada

William J. Staton. (2006). *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga

- **Non Buku**

Utami, Wahyu Budi. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga.

Astrila, Gita. (2010). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Larensia, Gita Anisa. (2012). Peran Persepsi Terhadap Tagline Merek Kosmetik Wardah “Inspiring Beauty” Dalam Iklan Televisi Pada Brand Awareness Konsumen. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Alfian. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. Skripsi. Universitas Hassanudin

- **Internet**

(<http://digilib.uinsuka.ac.id/8244/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)

<http://www.wardahbeauty.com/id/beauty-shop.html>.

www.halalmui.org