

DAFTAR PUSTAKA

- (2012). Diambil kembali dari The Pew Forum on Religion & Public Life:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia>
- Afronyati, L. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal UGM*.
- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Aisyah, S. A. (2017). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 28.
- Arianti, R. T., & Purnama, H. (2018). KOMODIFIKASI KATA HALAL PADA IKLAN HIJAB ZOYA VERSI CANTIK NYAMAN HALAL. *Jurnal telkom university*.
- Aspek Komodifikasi pada Media*. (2019). Dipetik 10 22, 2019, dari Cikarang Industrial:
<https://www.cikarangindustrial.com/index.php/opini/324-aspek-komodifikasi-pada-media>
- Badan Pusat Statistik*. (2018). Dipetik Oktober 22, 2019, dari Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut:
<https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>
- Bharata, A. S. (2010). *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: Elex Media Komputindo .
- Bindar, Y. (2020). WEBINAR HALAL : “Peran Perguruan Tinggi dalam Penelitian dan Pengembangan Produk Halal”. *WEBINAR HALAL*. Bandung: Salman Tv.
- Dewi, M. C. (2013). REPRESENTASI PAKAIAN MUSLIMAH. DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova). *ejournal UIN Sunan Kalijaga*, 68.
- H. Sunhadji Rofi'i, K. L. (2010, Juli 17). *Pengertian Halal dan Haram Menurut Ajaran Islam (I)*. Diambil kembali dari Halal MUI Bali: <https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/>
- Hamidah, & Syadzali, A. (2016). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TENTANG FENOMENA JILBOOS. *Jurnal IAIN Antasari Banjarmasin*, 2.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan: politik budaya layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *Jurnal UNJ*.

- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PADA KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM). *Journal of Business Administration*, 40 - 52.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Imronudin, S. M., & Safitri, N. A. (2019). Analisis pengaruh gaya hidup, labelisasi halal, Dan citra merek terhadap keputusan Pembelian produk wardah (Studi Pada Mahasiswa FEB UMS). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Istianah, F. (2015). Pengaruh Buku Brain Beauty Belief Karya Dian Pelangi Terhadap Gaya Berbusana Syar'i Komunitas Hijabers. *Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*, 11.
- Jasmani. (2013). HIJAB DAN JILBAB MENURUT HUKUM FIKIH. *Jurnal Al-'Adl*, 62 - 76.
- Kamilah, G. (2017). PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI SURABAYA. *Jurnal STIESIA*.
- Karim, M. A. (2013). PERILAKU KOMUNITAS MUSLIM PERKOTAAN DALAM MENGONSUMSI PRODUK HALAL. *Jurnal Kementrian agama*.
- Kata Data*. (2018, 6 8). Dipetik Oktober 22, 2019, dari Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/08/jumlah-penduduk-perempuan-indonesia-pada-2018-mencapai-1319-juta-jiwa>
- Krisyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Kusnandar, V. B. (2019, 9 24). *Databoks*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>
- Mapping the Global Muslim Population. (t.thn.).
- Mariska, M. A. (2017, Oktober 34). *KRITERIA HIJAB SYAR'I*. Diambil kembali dari FSI FKUI: <http://fsi.fk.ui.ac.id/kriteria-hijab-syari/>
- Miller, T. (2009, October 7). *Mapping the Global Muslim Population*. Diambil kembali dari Pew Research Center: <https://www.pewforum.org/2009/10/07/mapping-the-global-muslim-population/>
- Mizutex. (2017, November 5). *Nasehat*. Dipetik Oktober 22, 2019, dari Mizutex: <https://www.mizutex.com/jilbab-syari-menurut-islam-yang-benar-harusnya-seperti-ini/>
- Produksi TVC / Iklan*. (t.thn.). Diambil kembali dari Idea Three Media: <https://ideatree.id/jasa-video->

iklan/#:~:text=TVC%20(Television%20Commercial)%20atau%20dapat,khalayak%20umum%20melalui%20video%20pemasaran.

- Qibtiyah, A. (2019, Februari 22). *Hijab di Indonesia: Sejarah dan kontroversinya*. Diambil kembali dari The Conversation: <http://theconversation.com/hijab-di-indonesia-sejarah-dan-kontroversinya-112029>
- Qibtiyah, A. (2019, Februari 22). *Politik+Masyarakat*. Diambil kembali dari The Conversation: <https://theconversation.com/hijab-di-indonesia-sejarah-dan-kontroversinya-112029>
- Rahayu, T. S. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Penjualan, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal . *Repository Umrah*.
- Rama, A. (2014). POTENSI PASAR PRODUK HALAL DUNIA. *Koran Fajar Makasar*.
- Ramli, M.A., Jamaludin, M.A., & Aminnuddin, A. (t.thn.). Penyebaran maklumat palsu berkaitan produk halal dan implikasinya terhadap industri halal.
- Sasongko, A. (2017, November 26). *Khazanah*. Dipetik Oktober 22, 2019, dari Republika: <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/11/29/p069qb313-apa-arti-halal>
- Simatupang, T. (2016, Februari 22). *Gaya Hidup*. Dipetik Oktober 22, 2019, dari Berita Tagar: <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/mengapa-zoya-disebut-hijab-halal>
- Simmel, G. (2012). D. Levis. Dalam G. Ritzer, *Teori sosiologi dari teori sosiologi klasik hingga modern* (hal. 276). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Statistik, B. P. (2010). *Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk 2010*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: bps.go.id
- Widiyanto, I., & Rochmanto, B. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Widyaningrum, P. W. (2016). PENGARUH LABEL HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN WARDAH DI PONOROGO). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*.
- Winter, B. (2009). *Hijab and the Republic: Uncovering the French Headscarf Debate*. New York: Syracuse University Press.
- Yulian Purnama, S. (2015, Oktober 17). *muslim.or.id*. Diambil kembali dari muslim.or.id: <https://muslim.or.id/26725-makna-hijab-khimar-dan-jilbab.html>