

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I* (edisi 5), Erlangga : Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo: Jakarta.
- Bahtiar, Deni Sutan. 2009. *Berjilbab dan Tren Membuka Aurat*. Mitra Pustaka: Yogyakarta.
- Daniell. L. Yadin. 1999. *Creating Effetive Marketing Communication. Menciptakan Komunikasi Pemasaran yang efektif*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Deddy Mulyana, Nuansa-Nuansa Komunikasi Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer (Cet. I; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), h. 157.
- Fiske, J. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Jalasutra: Yogyakarta.
- Hall, Stuart. 1997. *The Work of Representation. Theories of Representation: Ed.* Stuart Hall. London. Sage publication. Hal 10-11
- Ibrahim, Idy Subandi dan Hanif Suranto. 1998. *Wanita dan Media: Konstruksi Teologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Ishaq, Ropingi el. 2017. *Public Relations*. Intrans Publishing: Jakarta.
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2011. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media: Jakarta:
- Jackson, Stevie & Jackie Jones. 2009. *Pengantar Teori-Teori Feminis Kontemporer*. Jalasutra:Yogyakarta.
- Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*, Santusta: Yogyakarta.

John M. Echolas dan Hasan Shadili, 1990, *Kamus Inggris Indonesia*, PT. Gramedia
Pustaka Utama: Jakarta

Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya
di Indonesia*, Cetakan IV, Pustaka Utama Grafiti, 1995.

Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di
Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti: Jakarta.

Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Yayasan Indonesiatara: Magelang.

Kartajaya, Hermawan. 2019. *Marketeers*. PT Info Cahaya Hero (Marketing Group):
Jakarta.

Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat,
Jakarta.

Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Prenhalindo:
Jakarta.

Kartono, Kartini. 1981. *Patologi Sosial* jilid 1, Rajawali Press: Bandung.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Salemba
Humanika: Jakarta.

LittleJohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. Salemba
Humanika: Jakarta.

Little John, Foss. 2011. *Teori Komunikasi*, Salemba Humanika, Jakarta

Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya:
Bandung.

Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan, Antara Realitas,
Representasi, dan Simulasi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Pelangi Aksara: Yogyakarta.

- Russel, J., Thomas, dan W. Ronal Lane, 1990, *Kleppener's Advertising Procedure, Eleventh Edition*, Prentice Hall inc.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sugihastuti. 1999. *Wanita di Mata Wanita*. Nuansa: Yogyakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- Swasta, Basu. 1984. *Asas-asas Marketing, Edisi ketiga*, Liberty: Yogyakarta.
- Sugono, D., dkk. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Tjiptono, Fandi . 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Penerbit Ghalia: Bogor.
- William J. Stanton. 1994. *Prinsip Pemasaran*, Jilid I, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Media Pressindo:Yogyakarta.
- Wahyu Wibowo Indiwani Seto. 2011. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Wibowo. 2013. *Budaya organisasi: Sebuah kebutuhan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang*. PT RajaGrafindo Persada: Depok.

Non Buku :

- Amindoni, A. (2019). Industri Halal: Sekedar Label Atau Gaya Hidup. *Www.Bbc.Com*, 1–13.
<https://www.google.com/amp/s/www.bbc.com/indonesia/majalah->

48291777.amp

Primus, J. (2018). *Find The Perfect Domain Today Besar , Peluang Pasar Kosmetik untuk Lelaki di Indonesia.*

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/03/195211026/besar-peluang-pasar-kosmetik-untuk-lelaki-di-indonesia?page=all>

Rahmawati. (2017). CITRA PEREMPUAN BERHIJAB DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotika Iklan Shampo Sunsilk Hijab Refresh versi Carla Rizki). In *FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR.*

Wijaya, C. (2019). Produk halal - Dari kulkas hingga kosmetik, sertifikasi sebagai tren bisnis atau kapitalisasi agama. *BBC News Indonesia*, 1–19.

<http://digilib.unila.ac.id/2732/7/BAB%20II.pdf>

http://repository.upi.edu/26922/6/S_IKOM_1200147_Chapter3.pdf

<http://repository.unair.ac.id/17779/2/17779.pdf>

<https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1338>

<https://www.gatra.com/detail/news/452979/gaya%20hidup/essy-prita-pengguna-hijab-meningkat-pesat-6-tahun-terakhir>

<https://theconversation.com/hijab-di-indonesia-sejarah-dan-kontroversinya-112029>

<https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/>

<https://www.unilever.co.id/brands/personal-care/clear.html>