

## DAFTAR REFERENSI

- Albari. 2007. Efektivitas Iklan Televisi Sabun Pembersih Muka di kota Yogyakarta (Pendekatan Consumer Decision Model). *Kajian Bisnis dan Manajemen*, 9 (1), 1-21.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assagaf, F. 2013. The Effect of Advertising on Consumer Decision Making Through Brand Awareness. *Jurnal EMBA*, 1 (4), 866-874.
- Budiawati, A. D. 2018. *Wardah Sabet Penghargaan Halal Top Brand 2018*. Diunduh tanggal 1 November 2018, <https://www.dream.co.id/beauty/wardah-sabet-penghargaan-halal-top-brand-2018-181101a.html>.
- Bungin, B. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Edisi 2*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, R. S. 2009. Analisis Iklan Simpati dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ilmu Sosial*, 8 (1), 1-13.
- Fajriana, M. 2019. *Melihat Industri Kosmetik Halal yang Semakin Berkembang*. Diunduh tanggal 23 Januari 2019, <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3878062/melihat-industri-kosmetik-halal-yang-semakin-berkembang>.
- Handayani, S. N. 2016. *Di Media Apa Beriklan yang Efektif?*. Diunduh tanggal 15 Agustus 2016, <https://swa.co.id/swa/trends/di-media-apa-beriklan-yang-efektif>.
- Haryono, S. 2016. *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Highlight Media. 2018. *10 Merek Kosmetik Lokal Indonesia Paling Favorit Untuk Paras Cantikmu*. Diunduh tanggal 7 November 2018, <https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-makeup-kecantikan/>.
- Indonesia, C. 2018. *Mengenal Ketentuan Kosmetik Berlabel Halal dari LPPOM MUI*. Diunduh tanggal 31 Maret 2018, <https://legaleraindonesia.com/mengenal-ketentuan-kosmetik-berlabel-halal-dari-lppom-mui/>.
- Kazemi, F. dan Esmaeili, M. 2010. The Role of Media on Consumer Brand Choice A Case Study of Chocolate Industry. *International Journal of Business and Management*, 5 (9), 147-154.
- Khoiruman, M. dan Warniati, A. 2017. Consumer Decision Model (CDM) Analysis terhadap Efektifitas Iklan yang Ditayangkan Media Videotron di Surakarta. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 2 (1), 69-81.

- Kompasiana. 2019. *Mana yang Lebih Efektif: Melakukan Iklan di TV atau Digital?* Diunduh tanggal 27 Juni 2019, <https://www.kompasiana.com/higo80203/5d13bd82097f3644c33d5622/mana-yang-lebih-efektif-melakukan-iklan-di-tv-atau-digital>.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 9. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, P. dan Raju, V. 2013. The Role of Advertising in Consumer Decision Making. *IOSR Journal of Business and Management*, 14 (4), 37-45.
- Salamadian. 2018. *Pengertian Iklan: Ciri, Tujuan, Unsur, Jenis-Jenis Iklan & Contohnya*. Diunduh tanggal 16 September 2018, <https://salamadian.com/pengertian-jenis-macam-iklan/>.
- Sarwono, J. 2008. *Mengenal AMOS dan Structural Equation Model*. Diunduh tahun 2008, <https://www.jonathansarwono.info>.
- Singgih, S. 2012. *Analisis SEM menggunakan AMOS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. R. dan Rachmawati, D. 2019. *Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah*. Diunduh tanggal 16 April 2019, <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah>.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, W. dan Susilawati, E. 2003. Analisis Efektifitas Safari Layanan Informasi UKWMS dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM). *Jurnal Widya Manajemen & Akutansi*, 3 (1), 1-18.
- Waralaba. 2020. *Kosmetik apa yang paling laris dan mudah dijual?*. Diunduh tahun 2018, <http://www.waralabakosmetik.com/2018/?m=0>.
- Wardah. 2020. *Wardah Feel The Beauty*. Diunduh tahun 2020, <https://www.wardahbeauty.com/id>.
- Wijaya, N. dan Dharmayanti, D. 2014. Analisa Efektivitas Iklan Kosmetik Wardah dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1), 1-12.
- Zamzam, F. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Budi Utama.