

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Amelia, R., Putri, A. D., & Rahman, F. (2025). Strategi komunikasi digital brand skincare lokal dalam membangun citra merek di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–58.
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). Instagram made me buy it: Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Jacobson, J., Jain, V., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Fadiah Cahya, A., Putri, N., & Rahmawati, D. (2025). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun brand image Wardah sebagai produk kosmetik halal di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(1), 22–35.
- Febrianti, M., Rahman, A., & Sari, N. (2024). Strategi digital marketing brand Wardah Beauty dalam meningkatkan sell out melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 112–125.
- Firdaus, Z. M., & Irfan, M. (2023). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan awareness dan minat beli konsumen online. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 6(1), 33–45.
- Geraldine, A., & Susanti, E. (2021). Strategi pemasaran digital Wardah dalam membangun citra merek halal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 98–110.
- Jaelani, R., & Maksum, A. (2025). Analisis pengaruh media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 40–52.
- Lubis, A., Pratama, R., & Siregar, N. (2025). Strategi komunikasi sebagai faktor pendorong minat beli konsumen: Studi kasus Toko Swint Angels. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 8(1), 55–68.
- Parahyangan, R., Nugroho, A., & Lestari, D. (2025). Analysis of the influence of social media marketing on purchase intentions. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 101–113.
- Utama, D., Azhari, R., & Putra, Y. (2023). Point-of-purchase communication dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Pemasaran Modern*, 5(1), 12–25.
- Wulandari, F. (2023). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 77–89.

Buku :

- Ardianto, E., & Komala, L. (2020). *Komunikasi pemasaran digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). Sage Publications.

- Creswell, J. W. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (Global ed.). Pearson Education.
- Rizki, M. (2021). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Interneer :

- APJII. (2023). *Laporan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
<https://apjii.or.id>
- Media Mister. (2025). *Instagram demographics and user statistics*.
<https://www.mediamister.com>
- Wardah Beauty. (2022). *Wardah beauty report*. PT Paragon Technology and Innovation. <https://www.wardahbeauty.com>