

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Sudrajat. (2018, December 8). *Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan*. Dikutip Dari <https://Akhmadsudrajat.Wordpress.Com/2012/10/05/Generasi-z-Dan-Implikasinya-Terhadap-Pendidikan/>.
- Ali Mustofa Ya'kub. (2009). *Kriteria Halal-Haram untuk Pangan, Obat dan Kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadist*. Pustaka Firdaus.
- Chin, W. W. (2000). *Partial least squares for IS researchers: an overview and presentation of recent advances using the PLS approach*. <https://www.researchgate.net/publication/221600127>
- Chris Susanto, P. (2019). Curiosity as an Effective In-stream Advertising Appeal: Visual and Textual Study of Levi's Circles Ad. *KnE Social Sciences*, 3(10), 426. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3927>
- contendr.co.id*. (2021). : : <https://Contendr.Co.Id/Blog/Social-Media-Marketing-Siap-Manfaatkan-Tiktok-Sebagai-Platform-Promosi-Brand-Di-2021> .
- David Stillman dan Johan Stillman. (2018). *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. PT. Gramedia Pustaka Utama .
- Ekawati, D. (2018). *Pengaruh Quality, Price, Convenient, Halal Knowledge terhadap Perilaku Pembelian Bahan Baku Bersertifikasi Halal Pelaku Usaha Mikro Kuliner Non Sertifikasi Halal di Sidoarjo Jawa Timur dengan Theory Planned of Behavior Sebagai Variabel Antecedent*.
- Elias, E. M., Othman, S. N., & Saifudin, A. M. (2016). *Halal Awareness and Knowledge Among Muslim's Student Entrepreneurship Program: A Preliminary Study*. <https://www.researchgate.net/publication/301296841>
- Fadhilah, & Saputra, G. G. (2021). *Pengaruh Content Marketing dan E-WoM pada Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z*. 17(3).
- Fadhlan Mudhafier dan Wibisono. (2004). *Makanan Halal: Kebutuhan Umat dan Kepentingan Pengusaha*. Zakia Press.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Pemasaran Strategik* . C.V Andi Offset,.
- Fawzi, M. C. (2022). *Pengaruh CSR terhadap Citra Merek, Kredibilitas Merek, dan Keputusan Membeli Kembali: Kasus Kosmetika Halal*.

- Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). *Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick)*. 58(1).
- Ghozali, I. (2014a). *Structural Equation Modeling – Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* . 39.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2, pp. 106–121). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Haque, M. G., & Hindrati, D. (2017). Investigating Awareness & Knowledge, Halal Logo and Religiosity Affecting Decision and Lifestyle to Consume Halal Culinary; Case Study of Three Indonesian Regions in Japanese Restaurant. *Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 12(1), 27–31.
- Hawkins, I. D., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: building marketing strategy* (11th edition).
- Hellen Chou Pratama. (2012). *Cyber Smart Parenting*. PT. Visi Anugrah Indonesia.
- Ibid.* (n.d.).
- Ibnu Katsir. (2014). *Shahih Tafsir Ibnu Katsir Jilid I*.
- Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing marketing automation for B2B content marketing. *Industrial Marketing Management*, 54, 164–175. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.07.002>
- Jovanovic, P., Vlastelica, T., & Cicvaric Kostic, S. (2016). Impact of Advertising Appeals on Purchase Intention. *Management - Journal for Theory and Practice of Management*, 21(81), 35–45. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2016.0025>
- Kaffah, N. (2020). *Pengaruh dan Pengetahuan Konsumen Muslim dalam Membeli Makanan Halal*.
- Kamila, K. T., Suharyono, S., & Nuralam, I. P. (2019). Pengaruh Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Mahasiswa Universitas

Brawijaya TA 2015/2016-2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone. *Administrasi Bisnis*, 202–2011.

Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) versi online. (2019).

Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)*. 61(1).

Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2014/10/2015_B2C_Research.pdf

Kee, A. W. A. (2015). *The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices*. www.ijmae.com

Kotler, Philip, Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*.

Kotler, Philip, & Keller Kevin Lane. (2009). *Principles of Marketing* (13th Edition). Prentice Hall.

Label Halal Bikin Produk UMKM Makin di Kenal | Smesco Indonesia. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://smesco.go.id/berita/label-halal-bikin-produk-umkm-makin-di-kenal>

Levy, M., & Weitz, B. (2012). *Retailing Management*.

Luqyana, I. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Online Consumer Review*.

Mahmudah, A. (2019). *Pengaruh Karakteristik Generasi Z terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2017 & 2018 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.

Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2017). The Influence of Attitude, Knowledge and Quality on Purchase Intention towards Halal Food: A Case Study of Young Non-Muslim Consumers in Thailand. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences* (ISSN 2455-2267), 6(3), 354. <https://doi.org/10.21013/jmss.v6.n3.p3>

Mathey, A. (2015). *Content Marketing 101: Creative Content Marketing for Canadian Artist and Cultural Organizations*. White Paper .

- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Muhammad Nizar, & Antin Rakhmawati. (2022). Tantangan dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Indonesia. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 13(1), 123–140. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>
- Murniati, & dkk. (2013). *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Oechsli, M. (2015). *Content Marketing in the Digital World*. 39(10).
- Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*. (n.d.).
- Pažeraitė, A., & Repovienė, R. (2016). *Content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: theoretical background and practical insights*.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan*. (n.d.).
- Persetujuan Bersama, D. (n.d.). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan*.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. In *Jurnal Media Kom: Vol. VIII (Issue 2)*.
- Qur'ani, Z. (2021). *Pengaruh Halal Knowledge dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi pada Mahasiswi UIN Sunan Ampel*.
- Rachmawati, R. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan). *Teknologi Jasa Dan Produksi*, 1(1).
- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>
- Ramai Perdebatan Warganet Soal Klarifikasi Mixue yang Dituding Belum Memiliki Sertifikat Halal MUI*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://www.suara.com/news/2022/07/21/193816/ramai-perdebatan-warganet-soal-klarifikasi-mixue-yang-dituding-belum-memiliki-sertifikat-halal-mui>

- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16.
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali. *Prosiding Manajemen*, 6. <https://doi.org/10.22515/al-ahkam.v2i1.699>
- Sertifikasi Halal Produk Export | LPPOM MUI*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://halalmui.org/sertifikasi-halal-produk-ekspor/>
- Situmeang, I. V. O. (n.d.). Pengaruh Daya Tarik Content Marketing dan Content Review terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Followers Akun @msglowbeauty). 2021.
- Sofjan Assauri. (2012). *Strategic Marketing*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). *Fenomena Content Creator Di Era Digital*. 4(2), 438.
- Surat Al-A'raf Ayat 31 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html>
- Surat Al-Baqarah Ayat 168 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>
- Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu.
- TikTok Dukung Kuliner Nusantara dengan Luncurkan #JelajahKuliner | Ruang Redaksi TikTok*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-dukung-kuliner-nusantara-dengan-luncurkan-jelajahkuliner>
- TikTok Jadi Aplikasi Terlaris Ketiga di Dunia, Ungguli Facebook dan Instagram - Semua Halaman - Nextren.grid.id*. (n.d.). Retrieved November 2, 2022, from <https://nextren.grid.id/read/011924345/tiktok-jadi-aplikasi-terlaris-ketiga-di-dunia-ungguli-facebook-dan-instagram?page=all>
- Trivedi, J. (2017). The Effect of Viral Marketing Messages on Consumer Behavior. In *Journal of Management Research* (Vol. 17, Issue 2).

- Wahyu Widyaningrum, P. (2016). *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*.
- Wibowo, S. A., & Dharmayanti, D. (2019). *Analisa Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Retention dengan Customer Retention dengan Brand Experience dan Customer Engagement sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Rokok Gudang Garam di Surabaya*.
- Zuhroh An-Nada. (2018). *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Label Halal pada Produk Makanan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim*. Skripsi S1. www.tcpdf.org

