

DAFTAR PUSTAKA

- “Apa itu diversifikasi?”, 27 November, 2020.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read315882/apa-itu-diversifikasi>
- “Apa itu Endorse? Ini pengertian dan kelebihan Endorse”, 11 Mei, 2021. <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-endorse/>.
- “Empat Model Bisnis Ecommerce yang umum ditemukan”, 11 Mei, 2021. <https://accurate.id/bisnis-ukm/4-model-bisnis-ecommerce-yang-harus-anda-pahami/>.
- “Mengenal Brand Positioning dan Penerapannya dalam Strategi Branding” dreambox.id. 30 Oktober, 2020.
<https://www.dreambox.id/blog/mengenal-brand-positioning-strategi-branding>
- “Mengenal Media Promosi Terbaik di Era 4.0”, sodexo.co.id. 15 Januari, 2020.
<https://www.sodexo.co.id/media-promosi-terbaik-di-era-digital-4-0/>.
- “Tujuan dan Pengertian Evaluasi”, Proxisisgroup.com. 11 Mei, 2021. <https://proxisisgroup.com/tujuan-dan-pengertian-evaluasi-kinerja/>.
- Adi, Juharta, wawancara oleh penulis, wawancara 1, transkrip, 12 April, 2021.
- Adieb, Maulana, “Pahami Konsumen dengan Terapkan Konsep Consumer Insight”, 30 November 2020,
<https://glints.com/id/lowongan/consumer-insight/#.YJI0ejmySNw>.
- Akaibara. “Peluang Bisnis Busana Muslim Di Tengah Pandemi Covid-19” 10 Oktober, 2020.
<https://www.pikirantrader.com/bisnis/17552-peluang-bisnis-busana-muslim-di-tengah-pandemi-covid-19>.

- Allesandro, David F D, ichele Owens, Perang Merek 10 Hukum Untuk Membangun The Killer Brand. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Anggito, Albi, Johan Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ardiyanto, Gunawan , *My Hobby My Business Fashion*. Solo: Metagraf, 2014.
- Arikunto, Suharsimi, Manajemen Penelitian. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005.
- Desmaryani, Susi, Wirausaha Dan Daya Saing. Sleman: CV Budi Utama, 2018.
- Febrinastri, Fabiola. “Menaker : Pakaian Daerah Jadi Potensi Indonesia Kembangkan Industri Fesyen” 10 Oktober, 2020. <https://www.suara.com/bisnis/2019/10/13/093258/menaker-pakaian-daerah-jadi-potensi-indonesia-kembangkan-industri-fesyen?page=all>.
- Firmansyah, M Anang, Didin Fatihudin, Globalisasi Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017.
- FR, Yahya. “Data Populasi Penduduk Muslim 2020” 10 Oktober 2020. <https://ibtimes.id/data-populasi-penduduk-muslim-2020-indonesia-terbesar-di-dunia/>.
- Hamali, Arif Yusuf, and Eka Sari Budihastuti, Pemahaman Kewirausahaan Strategi Mengubah Pola Pikir “Orang Kantoran” Menuju Pola Pikir “Wirausahawan” Sukses, pertama. Jakarta: Kencana, 2017. <https://books.google.co.id/books?id=mOC2DwAAQB-AJ&printsec=frontcover&dq=pemahaman+kewirausahaan+arif+yusuf+hamali&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjGsZKVwqrtAhUaU30KHYSMCDQQ6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q=pemahaman+kewirausahaan+arif+yusuf+hamali&f=false>.

- Harsini, Diyah Musrini, Fenty Nadia Luwis, Bisnis Busana Muslim. Jakarta: Penebar Plus, 2010.
- Helaluddin, Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Hendrawan, Angga, Teori Dan Praktek Desain. Bangkok: Booksmango, 2020.
<https://books.google.co.id/books?id=RowIEAAAQBAJ&pg=PA439&dq=teori+merek+adalah&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjuspSgye3uAhUZdCsKHRT3AewQ6wEwBnoECAGQBA#v=onepage&q=teori+merek+adalah&f=false>.
- Hestanto, “Pengertian merek (brand)”, 10 Mei 2021.
<https://www.hestanto.web.id/pengertian-merek-brand>.
- Kasali, Rhenald, Wirausaha Muda Mandiri. Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- Kurniawan, Aris, “Pengertian Kualitas- Pelayanan, Unsur, Produk, Para Ahli” 10 Mei, 2021.
<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-kualitas/>.
- Laily, Khotifa Nur, “Identifikasi Adalah: Pengertian, Bentuk, Proses, dan Contohnya”, 11 Januari, 2021.
<https://saintif.com/identifikasi-adalah>.
- Lee, Nazihah, Transformasi Fesyen Pakaian Muslim Di Semenanjung Tanah Melayu, 1930,1940. Perspektif 3 (1985): 71 dan 75.
- Maghfiroh, Naning, wawancara oleh penulis, wawancara 5, transkrip, 22 April, 2021.
- Maria, Indri, wawancara oleh penulis, wawancara 3, transkrip, 20 April, 2021.
- Masrukin, *Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press, 2017.

- Mulyana, Deddy, *Analisis Framing*. Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang, 2011.
- Nuraini, “Fesyen Muslim Indonesia,” *Warta Ekspor*, no. 1 April (2015): 1–20.
- Partic, Li, Fahmi Nurul Akbar, *Komunikasi Penjualan Kreatif*. Jakarta: Progressio, 2016.
- Prasetyo, Bambang D, Nufian S. Febriani, *Strategi Branding Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: UB Press, 2017.
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2016.
- Priharto, Sugi. “UMKM Adalah: Berikut Pengertian, Kriteria, Contoh, Cara Ekspansi Dan Regulasi Yang Menaunginya,” 10 Oktober, 2020. <https://accurate.id/bisnis-ukm/ukm-adalah/>.
- Rangkuti, Feddy, *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002 .
- Sangadji, Etta Mamang, Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Santia, Tira. “Indonesia Jadi Negara Pengembang Industri Fesyen Muslim Terbaik Ketiga Dunia” 10 Oktober, 2020. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4248502/indonesia-jadi-negara-pengembang-industri-fesyen-muslim-terbaik-ketiga-dunia>.
- Sari , Christina Ariadne Sekar, *Teknik Mengelola Produk Dan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustak Utama, 2017.
- Sedyastuti, Kristina. “Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global.”

INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, no. 1 (2018): 117–127.

Sekar. "Mengapa Merek Produk Yang Kuat Kunci Investasi Sukses," 1 Oktober, 2019. <https://ajaib.co.id/merek-produk-yang-kuat-penting-untuk-investasi-sukses/>.

Soegoto, Eddy Soeryanto, *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sukarjono, Edi, "Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-Pedagang Di Pasar Parung Panjang Bogot Terhadap Pedagang Di Pasar Lain" *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 3 (2016): 2356–2005.

Sulistiyono, Rindra. "Fenomena Merek Di Kalangan Mahasiswa" 30 Oktober, 2020. <https://www.kompasiana.com/rendranyack/551214fc813311be53bc5f99/phenomena-merek-di-kalangan-mahasiswa>.

Susanto, Himawan Wijanarko, *Power Branding Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: 2004.

Syafaatun, wawancara oleh peneliti, wawancara 4, transkrip, 20 April.

Wahyulia, Irma, wawancara oleh penulis, wawancara 2, transkrip, 12 April, 2021.

Warmansyah, Julio, *Metode Penelitian & Pengolahan Data Untuk Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

Wibisono, Dermawan, *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi Dan Akademisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.

- Wibowo, Ilham. "RI Tangkap Peluang Pasar Fesyen Muslim Dunia" 10 Oktober, 2020.
<https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/nN9wm19k-ri-tangkap-peluang-pasar-fesyen-muslim-dunia>.
- Wijaya, Bambang Sukma. "Branderpreneurship : Kewirausahaan Berbasis Pengembangan Merek," Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI) 2, no. 4 (2019): 205–212.
- Wijaya, Bambang Sukma, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, "Planted with Word-of-Mouth, Flourished with Social Media Communications: How a Small Business Brand in Indonesia Grows Globally in the 'land' of Branderpreneurship," *International Journal of Applied Business and Economic Research* 13, no. 5 (2015): 3393–3408.
- Wijaya, Bambang Sukma. "*Synergizing Entrepreneurial Spirit and the Mindset of Branding Through Branderpreneurship : Evidences from Indonesia*," *The Social Sciences* 2, no. 11 (2016): 129–138.
- Yudhanto, Yudho. *Information Technology Business Start Up Ilmu Dasar Merintis Start Up Berbasis Teknologi Informasi Untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Zahra, Amanda. "Apa Itu Fesyen Berkelanjutan".
<https://zerowaste.id/zero-waste-fashion/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainable-fashion/>.
- Zuhal, Knowledge and Innovation Platform Daya Saing. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.