

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah F. Hasan, *40 Bisnis Paling Laris*, (Semarang: Dahara Prize, 2013)
- Abdullah bin Shalih Al Fauzan, *Perhiasan Wanita Muslimah*, (Jakarta: Cendekia Sentra Muslim, 2003)
- Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2011)
- Ahmad Tanzah, *Metodologi Penelitian Praktis*, Cet. 1, (Yogyakarta: Teras, 2011)
- Al-Quran Al-Quddus, Ar-Ra'ad Ayat 11, *Al-Quran dan Terjemah* (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2014)
- Andri Mastiyanto, *Memetik Potensi Produk Halal Sebagai Negara Penduduk Muslim Terbesar*, 7 Januari 2018, 20.05 WIB.
<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/rakyatjelata/5a51c7e6caf7db7507252c02/memetik-potensi-produk-halal-global-sebagai-negara-penduduk-muslim-terbesar>, diakses pada tanggal 25 April 2021
- Annisa amalia Ikhsania, *Begini arti Konsep Halal dalam Dunia Fesyen*, 7 Oktober 2016, 18:17 WIB,
<https://lifestyle.okezone.com/read/201610/07/194/1509024/begini-arti-konsep-halal-dalam-dunia-fesyen>, diakses pada tanggal 29 April 2021.
- Arif Punto Utomo, Guntur Subagja, Ismi Kuhartanto, A Iskandar Zulkarnain, *Dua Dekade Ekonomi Syariah Menuju Kiblat Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gres! Publishing Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), 2014)
- Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005)
- Eva Purnama Sari, *Pengembangan Batik Banten Dalam Penciptaan Busana Pesta Muslimah*, Penciptaan Fakultas Seni Rupa, (Yogyakarta: Institute Seni Indonesia Yogyakarta, 2017)
- Eyverson Ruauw, Th. M. Katiandagho, Priska A.P. Suwardi, *Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah*

- Agriindustri Manisan Pala UD Putri di Kota Bandung*, (ASE, Volume 8 Nomor 1, 2012)
- Fashion Worlds—Contemporary Retail Spaces, 2012
- Hadi Ismanto, *Penguatan Tata Kelola UKM Tenun Ikat Troso*, *Journal of Dedicators Community*, Vol. 1, Nomor.2, 2017
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2000)
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta, 2014)
- Jaribah Bin Ahmad, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khatab*, (Jakarta: Khalifa, 2006)
- J.B.A.F Major Polak, *Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas*, (Jakarta: PT Ichtiar Baru 1982)
- Kamus Mode Indonesia, 2011
- Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya Offset, 1995)
- Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Mahendradicky, *“Inovasi Produk Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah”*, <http://mahendradicky.blogspot.co.id/2012/01/inovasi-produk-perbankan-syariah-dari.html>, diakses 25 Juli 2021.
- Marisi Butarbutar, dkk., *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*, (Yayasan Kita Menulis: 2020)
- Media dan kebudayaan pop dalam pengantar buku Malcolm Barnard, fashion dan komunikasi: 2007.
- Moh Faizal, *Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Ekonomi Islam*, (Islamic Banding, Volume 1 Nomor 1 Edisi Perdana, 2015)
- Muhammad Ulil Albab, *Industri Tenun Ikat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara tahun 1950 – 1998*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang 2019)

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II., Ed. 12., Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007), 320.
- Ratri Dewi Ramadhani, *Keberadaan dan Perkembangan Tenun Troso Jepara*, *Jurnal Kriya*, Vol. 12, No. 01 (2015)
- Retno Hendariningrum dan N. Edy Susilo., *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi*, *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.6, Nomor 2, Mei-Agustus 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif)*, (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Suharismi Arikunto., *Dasar-Dasar Research*, (Bandung: Tarsoto, 1995)
- Syekh Imad Zaki Al Barudi, *Tafsir Wanita*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar)
- Sylvia Nailuvary and Hety Mustika Ani, “Strategi Pengembangan Produk Pada Handicraft Citra Mandiri Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember” 14 (2020): 185–93, <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.11872>.
- Ulul Azmiyatur Rahmah, *Strategi Promosi dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo*, (Skripsi Uinversitas Isalam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), 57. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i1.11872> diakses pada 13 Mei 2021 pukul 10:22 WIB
- Uzaemah T. Yanggo, *Fiqh Perempuan Kotemporer*(Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2001)
- Warta Ekspor, *Fesyen Muslim Indonesia*. Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April
- Weman Suardi, “Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan”, *Jurnal*, (Bogor: STIE Kesatuan, 2005)
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran, Jilid 1., Ed. VII, Terj. Yohannes Lamarto*, (Jakarta: Erlangga, 1996)