

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Helianthushonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Kum, K. (2023). *Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif dan Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Romli, N. A. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Social Media Success For Every Brand*. (2021). Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Yuswohady. (2014). *Marketing To The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

### Artikel Jurnal

- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674-681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Dewi, K. A. Y., Pascarani, N. N. D., & Gelgel, N. M. R. A. (2020). Strategi Branding Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Nasdem Bali dalam Membangun Brand Identity. *E-Jurnal Medium*, 2(1), -. <https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/20631/>
- Lailiyah, N. I. (n.d.). Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1055-1058. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.576>
- Leong, S. G. J., & Rorong, M. J. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Brand Identity Hotel AP Premier Dalam Meningkatkan Brand Awareness kepada Khalayak Kota Batam. *Scientia Journal*, 6(3), -. -. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i3.8315>

- Lodri, G. G. (2022). Analisis Isi Brand Identity Pada Instagram The St. Regis Bali Resort. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 2-3. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13167>
- Marisa, R. (2017). Kegilaan Parafashionista (Studi Kajian Budaya terhadap Konsumerisme Tas Branded 'KW' di Kabupaten Aceh Tamiang). *Aceh Anthropological Journal*, 1(2), 65-67. <https://doi.org/10.29103/aaj.v1i2.1143>
- Mustikasari, R. P., & Rahmawati, D. H. (2023). The Effect of Green Marketing on Brand Purchase Intention & Green Consumerism. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 11(1), 107-119. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v11i1.456>
- Pantouw, D. T. V., & Kurnia. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial Terhadap Brand Image Erigo. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(2), 68-77. <https://dx.doi.org/10.33376/is.v4i2.1648>
- Rahtomo, I. M., & Murniati. (2023). Analisis Perancangan Identitas Merek Terhadap Citra Perusahaan Madjo Creative. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 315-322. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.717>
- Rinaldi, M. (2023). Perancangan Brand Identity Bandung Communication and Community (Bdgcom\_Unity). *Jurnal Informatika Ekonomin Bisnis*, 5(4), 1195.
- Rosyida, A., Heryani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy Segmenting, Targeting, dan Positioning: Study On PT. Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 98-124. <https://doi.org/10.14421/jies.2020.1.1.51-75>
- Siregar, A. P. (2022). Analisis Brand Identity dan Implementasi Peran Marketing Communication di Pasar Musik Indonesia. *Kewarganegaraan*, 6(3), 5960. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3035265>
- Sondakh, R. A. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @GEPREKEXPRESS dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 280-281. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/Jurnal%20Reinhart%20Abedneju%20Sondakh%20\(02-19-19-02-11-36\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/Jurnal%20Reinhart%20Abedneju%20Sondakh%20(02-19-19-02-11-36).pdf)

## Situs

(n.d.). Arti kata - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Retrieved April 3, 2024, from <https://kbbi.web.id/>

*Bisnis Retail Produk Lokal Masih Prospektif, Fesyen Jadi Kategori Paling Dicari.* (2017, November 9). YouTube: Home. Retrieved April 3, 2024, from <https://hypeabis.id/read/33240/bisnis-retail-produk-lokal-masih-prospektif-fesyen-jadi-kategori-paling-dicari>

*Industri Fashion Muslim Menggeliat, Indonesia Masuk 3 Besar Konsumen Dunia.* (2023, March 11). Liputan6.com. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5230252/industri-fashion-muslim-menggeliat-indonesia-masuk-3-besar-konsumen-dunia>

*Ini Alasan Brand Lokal Makin disukai Masyarakat Indonesia.* (2022, October 18). Hypeabis. Retrieved April 3, 2024, from <https://hypeabis.id/read/17520/ini-alasan-brand-lokal-makin-disukai-masyarakat-indonesia>

*Mengenal Trend Fashion Muslim yang Makin Berkembang.* (n.d.). BAZNAS. Retrieved April 3, 2024, from <https://baznas.go.id/artikel-show/Mengenal-Trend-Fashion-Muslim-yang-Makin-Berkembang/267?back=https://baznas.go.id/artikel-all>

*Sebagai Negara Ketiga Pengembang Fashion Muslim Terbaik, Indonesia Bakal Jadi Kiblat Fashion.* (2021, September 29). Beautynesia. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.beautynesia.id/fashion/sebagai-negara-ketiga-pengembang-fashion-muslim-terbaik-indonesia-bakal-jadi-kiblat-fashion/b-238841>

*Siapkan Indonesia Jadi Pusat Mode Muslim Dunia, MUFFEST Perlu Lakukan.* (2017, November 9). YouTube: Home. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.wapresri.go.id/siapkan-indonesia-jadi-pusat-mode-muslim-dunia-muffest-perlu-lakukan-promosi-yang-strategis-dan-konsisten/>

*Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan.* (2023, February 18). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved April 3, 2024, from <https://kemenparekraf.go.id/destinasi-super-prioritas/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan>