

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Fundamental Research and Theory in Applied Psychology*, 179-211.
- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Cilacap: Journal Corner and Publishing.
- Ansoff, I. (1957). Strategies for Diversification. *Harvard Business Review*, 113-124.
- Apruebo, R. A. (2005). *Applied Consumer Psychology*. Manila: Rex Book Store.
- Arsj, F. R. (2022). Analisis Maraknya Hijab Buttonsarves. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 64 - 72.
- Barja1, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan dan Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Perusahaan. *Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 105-113.
- Busyairi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dan Menjaga Loyalitas Konsumen Ikhlas Komputer Di Banjarmasin.
- Button Scarves. (2024, 09 24). *Button Scarves*. Retrieved from Our Story: <https://www.buttonscarves.com/id/pages/our-story>
- Buttonsarves. (2024). *Store Locator*. Retrieved from Buttonsarves: https://www.buttonscarves.com/id/pages/store-locator?srsId=AfmBOopVHMwgyRgf_7v9y1TWZ330df_0CZKFTpzDxsmQbADNmDSSRO7J
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., . . . Gebang, A. A. (2021). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Disastra, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 55-66.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.

- Hidajat, R., & Aulia, N. (2023). Analisis Strategi Membangun Loayalitas Pelanggan RM. Wiring Tasi Perspektif Ekonomi Islam . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 256-268.
- Kadir, S. (2023). Peluang Industri Fashion Halal Di Indonesia: (Model Pengembangan dan Strategi). *JURNAL EKONOMI*, 142 - 160.
- Kawaf, F., & Istanbuluoglu, D. (2019). Paradoks belanja busana daring: Peran ulasan pelanggan dan pemasaran Facebook. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen* , 48 , 144-153.
- Koa, E., Costello, J. P., & Taylor, C. R. (2019). What is a luxury brand? A new definition and review of the literature. *Journal of Business Research*, 405-413.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung : CV. Harfa Creative
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Sosial Humaniora Terapan*, Vol. 4, 86-96.
- Nurdianik, Y., Attas, S. G., & Anwar, M. K. (2022). HIJAB: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer. *Social Science Review*, Vol. 1, No. 1, 11-20.
- Pedro, Y., Friedmann, E., & Loureiro, SMC (2024). Mode kelas atas sebagai fenomena sosial: Menjelajahi persepsi desainer dan konsumen. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen* , 79 , 103877.
- Praswati, A. N., Alfathana, A., & Sina, H. K. (2022). Young Consumer Loyalty of Luxury Products. *Urecol: Seri Sosial Ekonomi dan Psikologi*, 18-29.
- Purba, E. F., & Simanjuntak, P. (2011). *Metode Penelitian*. Medan: Percetakan SADIA.
- Purwati, A. D., Sa'dana, A. R., Fauziah, R. N., Fitriani, A. D. N., & Muhtarom, A. (2023). Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar, Diversifikasi Produk, Revitalisasi Pasar dan Kemampuan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Lembung Lor. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(2), 144-158.
- Putri, M. R. (2021, 09 2). *Antara News*. Retrieved from Rahasia sukses Buttonscarves di tengah pandemi: <https://www.antaranews.com/berita/2366754/rahasia-sukses-buttonscarves-di-tengah-pandemi>
- Rachmadhani, H. J. (2023). Studi Fenomenologi Motif Pengguna Brand Lokal High End Pada Mahasiswa Surabaya Pengguna Buttonscarves. *Ilmu Komunikasi*, 108-115.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia.
- Salim, A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: Pilar Nusantara.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Septiani, F., Wulansari, R., & Suntari, E. (2022). Analisis Loyalitas Pelanggan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Analisis SWOT Pada PT Coda Prapanca Technology. *Jurnal Ilmiah Kreatif*, 217-223.
- Sestino, A. (2024). The challenge of integrating “intelligent” technologies in luxury shopping contexts: The role of brand personality appeal and consumers’ status consumption orientation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103488.
- Shahrin, A., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Strategi Marketing dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di PT. Selecta Kota Batu) . *JIAGABI*, 20-26.
- Sholihin, U. (2019). Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 72-97.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Hamidah, S. A., ‘Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). Fashion halal merupakan salah satu segmen penting dalam industri halal yang mendukung perekonomian Indonesia. Potensi fashion halal sangat besar, dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya permintaan dan kebutuhan akan produk halal, keberagama. *Ilmiah Ekonomi Islam*, 953-961.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A., & Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich’s Coffe . *Equilibrium*, 19-29.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Posioting*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widyanita, A. R., Shabrina, S. N., & Sadewo, F. S. (2022). Analisis Trend Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer Di Kalangan Generasi Milenial. *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta’limat, Budaya, Agama dan Humaniora*, 73 - 79.