

DAFTAR PUSTAKA

- Aipassa, J. (23 November 2022). Belanja Hijab Indonesia Tembus Rp91 Triliun, Sandiaga: Produk Lokal Harus Jadi Juara di Negeri Sendiri. <https://www.inews.id/finance/bisnis/belanja-hijab-indonesia-tembus-rp91-triliun-sandiaga-produk-lokal-harus-jadi-juara-di-negeri-sendiri>.
- Albar, A. (2018). *Analisis Perceptual Mapping Pada Merek Pakaian Pria Uniqlo (Studi Pada Konsumen Pakaian Pria di Kota Surabaya)*.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA* Volume XVIII, No. 2, 182.
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective 4e*. Australia: Mc-Graw Hill Education.
- Cahya, F. M., Wulan, I. A., & Damayanti, R. (2019). ANALISIS CELEBRITY ENDORSEMENT, VARIASI PRODUK,. *JURNAL ILMU MANAJEMEN*.
- Cahya, F. M., Wulan, I. A., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 88 - 98.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Kontrobusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan Terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *The Journal of Business and Management*, 99 - 115 .
- Dwijayanti, G. (2019). *Analisis SWOT untuk Mengetahui Positioning Perusahaan dalam Menentukan Strategi Perusahaan Pada UD.Mahkota Gempol*.
- Febrianti, G. A., Wulandari, S., & Sagita, H. B. (2022). Perancangan Perbaikan Positioning Karleen Hijab Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Menggunakan Metode Multidimensional Sacling (MDS) dan SWOT Analysis. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5756 - 5763.
- Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J., & McKibbon, K. A. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report (TQR)*, 1772 - 1789.
- Hami, M. L., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario All Variant di Service Center Honda AHASS Sukma Motor Jalan Sigura-gura Barat Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 81-89.
- Indonesia, K. P. (2022). *Laporan Analisis Intelejen Bisnis Syal Selendang Kerudung (Hijab) HS: 621403*.
- Indryana, R., Aini, N. R., Yuliani, R., & Rohmawati, S. M. (2022). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Pada Pengrajin Kayu "JATI MAKMUR" di Dusun Teleng Desa Maguwan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBB*, 37 - 45.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 14th edition*. Prentice Hall: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*. Italy: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United States of America: Pearson Education.
- Kuswandari, R., Arofah, I., & Setiawan, T. H. (2021). Analisis Positioning Merek Lipstick Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *Jurnal Syntax Admiration*, 890 - 901.
- Lestari, M., Purwanto, K., Putri, D. E., & Ferdinal, A. (2023). The Effect of Advertising Disclosure Language and Celebrity Endorsement on Tiktok on Purchasing Decisions for Fashion Outfit Products. *International Journal Of Advanced Multidisciplinary*.
- Maknun, M., Pramukti, A., & Pelu, M. F. (2023). Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi (Studi Kasus CV GRV Interior). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 465 - 478.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation 7th Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: An Applied Approach 5th Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Mappaujung, M., & Pramukti, A. (2023). Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya. *SEIKO Journal of Management & Business*.
- Nabila, S. I. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1 - 17.
- Niculescu, M. (2006). Strategic Positioning in Romanian Higher Education. *Journal of Organizational Change Management*, 725 - 737.
- Prasetyo, E. B. (2018). Supplier Relationship Management Based on Process Capability Index For Multiple Characteristic. *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1822 - 1830.
- Prasetyo, E. B., & Kurniati, N. (2018). SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT BASED. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Purwati, A. A., Kristanto, K., & Suhermin. (2019). THE EFFECT OF BRAND

IMAGE, PRODUCT DIFFERENTIATION, AND RELATIONSHIP
MARKETING STRATEGY ON PURCHASING DECISION OF TOYOTA
BRAND CARS IN PEKANBARU (CASE STUDY ON TOYOTA AGUNG
HARAPAN RAYA). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*.

- Purwati, A. A., Kristanto, K., & Suhermin. (2019). The Effect of Brand Image, Product Differentiation, and Relationship Marketing Strategy on Purchasing Decision of Toyota Brand Cars in Pekanbaru (Case Study on Toyota Agung Harapan Raya). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 286 - 296.
- Putra, I. G. (2017). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 397 - 407.
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 187 - 200.
- Radiansyah, M. (2020). Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar). *Jurnal Ekonomi Islam*, 204 - 227.
- Safiera, N. V., Wulandari, S., & Rendra, M. (2021). Perancangan Perbaikan Positioning Salvina Hijab Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling. *e-Proceeding of Engineering*, 7868 - 7874.
- Salim, A., & Fermayani, R. (2021). PENGARUH POTONGAN HARGA, PROMOSI PENJUALAN, TAMPILAN DALAM TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN MATAHARI DEPARTEMEN STORE PADANG. *Menara Ekonomi*, ISSN : 2407-8565; E-ISSN: 2579-5295, 14.
- Sari, J., & Komalasari, P. T. (2021). Leverage dan Market Share sebagai Faktor Penentu Posisi Persaingan Pasar. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 8 No 2*, 380 - 391.
- Sari, J., & Komalasari, P. T. (2021). Leverage dan Market Share sebagai Faktor

- Penentu Posisi Persaingan Pasar Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 380-391.
- Sari, J., & Komalasari, P. T. (2021). Leverage dan Market Share sebagai Faktor Penentu Posisi Persaingan Pasar. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 8 No 2*.
- Satrinia, D., Firman, R. R., & Fitriati, N. T. (2023). Potensi Artificial Intelligence dalam Dunia. *Journal of Informatics and Communications Technology JICT*.
- Satrinia, D., Firman, R. R., & Fitriati, T. N. (2023). Potensi Artificial Intelligence dalam Dunia Kreativitas Desain. *Journal of Informatics and Communications Technology (JICT)*, 2 - 10.
- Scheleifer, A., Esposito, J., & Kalin, I. (2024). *The Muslim 500 The World's 500 Most Influential Muslims 2024*. Jordan: The Royal Islami Startegic Studies Centre.
- Seth, O. C., & Olori, D. O. (2017). Business Startegies and Sustainable Competitive Advantage of Banks in Port Harcourt. *International Journal of Advanced Academic Research*, 28 - 52.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup, dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics*, 48 - 71.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE. *Journal of Islamic Economics*.
- Sihombing, L. A., Suharno, Kuleh, & Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business Vol. 2, No. 1*.
- Siregar, N. (2020). *Analysis of Discriminant Model on Marketing Mix Against the Decision of Buying Traditional Weaving Handicraft Products of Kara District*, 192 - 201.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Suseno, R. I., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Atribut dan Positioning

- Produk Terhadap Citra Merek (Survei Pada Pemilik Mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang). *Jurnal Adminstrasi Bisnis (JAB)*, 39 - 45.
- Toarik, M. (2022). *Pasar Hijab Dikuasai Produk Impor, Menparekraf: Harus Bisa Direbut Pelaku Ekraf Lokal*. <https://investor.id/business/314280/pasar-hijab-dikuasai-produk-impor-menparekraf-harus-bisa-direbut-pelaku-ekraf-lokal>.
- Trianto, D., Praptono, B., & Sagita, B. H. (2022). Perancangan Strategi Positioning UMKM Konveksi Draco Vendor Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling (MDS) dan SWOT Analysis. *Telkatika*, 84 - 89.
- Utomo, S. B., Pujowati, Y., & Utami, E. Y. (2024). Analisis Kebijakan Pemerintah, Bantuan Modal, dan Pelatihan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*.
- Utomo, S. B., Pujowati, Y., & Utami, Y. E. (2024). Analisis Kebijakan Pemerintah, Bantuan Modal, dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Bisnis pada Komunitas UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 146 - 156.
- Widjaja, Y. R., & Sukmara, V. (2019). Pengaruh Tagline dan Media Periklanan ABOVE THE LINE terhadap Brand Awareness Dapur Iga Bandung. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 224 - 230.
- Widodo, A. B., & Antonio, T. (2021). Conjoint Analysis for Consumer Preferences Towards Buying Plaster Sheets. *International Conference on Entrepreneurship (ICOEN)*, 404 - 414.
- Wijarnako, H., & Susanto, A. B. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukung*. Jakarta Selatan: Quantum Bisnis & Bisnis.
- Yukhanita, U. (2021). *Pengaruh Startegi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hijab Rabbani*.
- Yuniar, S. R., & Suryaningsih, S. A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim Lozy Hijab. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 21 - 31.