

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku dan Jurnal

- Anwar, Sanusi. "Metodologi Penelitian Bisnis." *Jakarta: Salemba Empat*, 2011.
- Arifin, Mohammad Jauharul. "Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam* 8, no. 01 (2021): 67–83.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, no. 2 (2018): 83–96.
- Baharun, Hasan, and Harisatun Niswa. "Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0." *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 13, no. 1 (2019): 75–98.
- Bastomi, Hasan. "Filosofi Gusjigang Dalam Dakwah Pengembangan Masyarakat Islam Kudus." *Community Development: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 3 (2019).
- Chalil, Rifyal Dahlawy. *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada, 2021.
- Handayani, Nurul, Nur Anim Jauhariyah, and Ana Aniati. "MENAKAR KONTRIBUSI ISLAMIC BRANDING, PERSONAL SALLING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB PASHMINA." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 2, no. 2 (2021): 46–59.
- Hermawan, Sigit, and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Ilham, Muhammad, and Firdaus Firdaus. "Islamic Branding Dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang." *PERADA* 3, no. 1 (2020): 29–48.
- Jafariyan, Haniyeh, and Shahnaz Nayebyzadeh. "Analyzing the Intellectual Paradigm of Fashion Branding in International Research." *International Journal of Information Science and Management (IJISM)* 19, no. 1 (2020): 59–74.
- Kartajaya, Hermawan. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya Dari Indonesia Untuk Dunia: Redefinisi*,

- Simplifikasi, Dan Futurisasi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Kusuma, Dilla Gading, Lukmanul Hakim, and Y Yayuli. "THE EFFECT OF ISLAMIC BRANDING ON THE DECISION OF MUSLIM INVESTORS IN CHOOSING ISLAMIC SHARES AS INVESTMENT INSTRUMENTS." *Proceedings Book The International Conference on Islamic Economics, Islamic ...*, 2021.
- Nurfauzia, Vira, and Khusnul Fikriyah. "Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020).
- Octaviani, Wulan, and Rosana Eri Puspita. "The MUSLIM FASHION CONSUMERS AND PURCHASING DECISION." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 1 (2021): 26–33.
- Parakkasi, Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Lindan Bestari, 2020.
- Puteri Abdi Rabbi, Cahya. "Fesyen Muslim Nasional Diminta Memanfaatkan Besarnya Pasar Global." *Katadata.Co.Id*, 2021. <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61963993acdf4/fesyen-muslim-nasional-diminta-memanfaatkan-besarnya-pasar-global>.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2016).
- Rua, Orlando Lima, and Catarina Santos. "Linking Brand and Competitive Advantage: The Mediating Effect of Positioning and Market Orientation." *European Research on Management and Business Economics* 28, no. 2 (2022): 100194.
- Santoso, Rahmania, and Bambang Dwi Prasetyo. "Islamic Branding Strategy Through Audience's Reception." *Technium Soc. Sci. J.* 23 (2021): 348.
- Simatupang, Boto. "Tinjauan Komplementer Pengaruh Teori Market-Based View (MBV) Dan Resource-Based View (RBV) Terhadap Strategi Dan Kinerja Perusahaan." *Binus Business Review* 4, no. 1 (2013): 322–30.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta, 2018.
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Academic Publishing, 2015.

- Susanti, Ari, and Nabila Alifiana Firdausi. "Representasi Brand Islami Dalam Produk Kopi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Brand Produk Kopi)." *MEDIAKOM* 3, no. 1 (2019): 53–67.
- Suwarno, Suparjo Adi, and Ahmad Hendra Rofiullah. *MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)* Penulis. Penerbit Adab, 2021.
- Yuliani, Rostika, Lukiat Komala, and Diah Fatma Sjoraida. "Branding Alisha Sebagai Brand Fashion Keluarga Muslim Di Bandung." *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 2, no. 1 (2019): 21–27.
- Yusof, Y L Mohd, and W J Wan Jusoh. "Islamic Branding: The Understanding and Perception." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 179–85.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, and Andrian Permata Veithzal. *Islamic Marketing Management/Veithzal Rivai Zainal*. Bumi Aksara, 2017.
2. Web Page
- Puteri Abdi Rabbi, Cahya. "Fesyen Muslim Nasional Diminta Memanfaatkan Besarnya Pasar Global." *Katadata.Co.Id*, 2021. <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61963993acdf4/fesyen-muslim-nasional-diminta-memanfaatkan-besarnya-pasar-global>.



3. Dokumentasi dan Hasil Wawancara

Data dokumentasi profil Tan'eem, *offline store* Tan'eem, Kudus, 23 Juni 2022.

Muna, Fadlul, wawancara penulis, wawancara 3, transkrip, 23 Juni, 2022.

Nova, wawancara penulis, wawancara 2, transkrip, 23 Juni, 2022.

Puspita Sari, Yuni, wawancara penulis, wawancara 4, transkrip, 23 Juni, 2022.

Shafwa Kamila, Muthia, wawancara penulis, wawancara 1, transkrip, 23 Juni, 2022.

Tika, wawancara penulis, wawancara 5, transkrip, 23 Juni, 2022.

