

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barnard, Malcolm, 1996, *Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*, (Penerjemah Idi Subandy Ibrahim dan Yosaf Briantara), Yogyakarta : Jalasutra
- Bungin, Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta : Kencana
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Jakarta : PT. Buku Kita
- Moleong, J. Lexy. 2017. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Morgan, J. 2012. *Brand Against The Machine*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mulyati, Ani. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI
- Muslikhati, Siti. 2004. *Feminisme dan Pemberdayaan Perempuan dalam Timbangan Islam*. Jakarta: Gema Insani
- Priansa, Juni Donni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Sukmono, Filosa Gita dan Fajar Junaedi. 2014. *Komunikasi Multikultur*. Yogyakarta: Mata Padi Presindo
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorious. 2017. *Pemasaran Strategi Edisi ke 3 : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfication, Strategi Kompetitif hingga E-Marketing*. Yogyakarta : CV Andi Offset

### Undang-undang

- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2016, Tentang Merek dan Indikasi Geografis

### Jurnal

- Agusta, Ivanovcich. 2003. *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif* : 1-11
- Bachri, Bachtiar. 2010. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10, No.1 April 2010: 46-62
- Deru R. Indika dan Cindy Jovita. 2017. *Media Sosial Insagram Sebagai Sarana Promosi. Unuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jurnal bisnis terapan. Volume 01, Nomor 01, Juni 2017 : 25-32
- Febriansyah. 2013. *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Brand pada PT. Telkom tbk Bandar Lampung*. JMA. Vol. 118. No 2, Oktober – November. 2013 : 1-24

- Herdiana, Wyna. 2018. *Media Promosi Produk Kreatif Dengan Media Digital*. Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018 : 570-574
- Ihsani Nur Farras Mega, Hafiar Hanny, Sani Anwar. 2016. *Implementasi Repositioning L-Men dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran : 77-87
- Kusno Fera, Radiyatni Amanda, Kristanti Monika. 2007. *Analisa Hubungan Brand Strategy yang dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill and Cafe dan Brand Equity yang sudah diterima konsumen*. Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 3, NO.1, Maret 2007. 43-55
- Lukmiyati, Sri. 2015. *Repositioning Stasiun Televisi Lokal dalam Membangun Image sebagai TV Informasi*. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi Vol. 6 No. 2 November 2015: 111 – 128
- Maharani Conny P, Andari Rini, AndriantoTomy. 2014. *Pengaruh Brand Positioning Wonderful Indonesia Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara untuk Berkunjung ke Indonesia (Survei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Singapore, Malaysia dan Australia)*. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol.IV No.1,2014 : 741-758
- Marta *et al.* 2015. *Analisis Komunikasi Pemasaran Melalui Strategi Brand Activation Pond's Untuk Meraih Top Brand Award 2013*. Jurnal Ilmiah Komunikasi. MAKNA Vol. 6 No. 1, Februari-Juli 2015 : 22-50
- Mogaji, Emanuel. 2019. *Brand Guideline* : 1-22
- Prayudi, Juanita Jana. 2005. *Strategi Corporate Communication dalam Proses Repositioning dan Rebranding*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No. 2, Desember 2005 Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta : 159-176
- Puspitawati, Herien. 2013. *Konsep, Teori dan Analisis Gender*. Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia- Institut Pertanian Bogor : 1-13
- Revanto Agung, Reza. 2016. *Pengaruh Persepsi Konsumen tentang Brand Communication terhadap Brand Trust pada Brand Smartfren di Kota Surabaya*. (Published Thesis). Universitas Brawijaya, Malang : 1-10
- Saeed *et al.* 2015. *Brand Activation: A Theoretical Perspective*. Journal of Marketing and Consumer Research. ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal Vol.13, 2015 : 94-98
- Safitri, Yulaikha. 2016. *Jilbab Antara Kesalehan dan Fenomena Sosial*. JURNAL ILMU DAKWAH, Vol. 36, No.1, Januari – Juni 2016 ISSN 1693-8054. 96-117
- Shin, Y.S., & Cha, K.C. 2013. *Brand Revitalization by Strategic Repositioning*. Asia Marketing Journal, vol. 14, no. 4 : 1-22
- Sokolowski Anna dan Sandstrom Viktoria. 2012. *Online Brand Repositioning "A Case Study of Halens"*. Sodertorn University : 1-31

- Suhendra, Ahmad. 2013. Konstentasi Identitas Melalui Pergeseran interpretasi Hijab dan jilbab dalam Al Qur'an. *PALASTREN*, Vol. 6, No. 1, Juni 2013 : 1-22
- Tania Debby dan Dharmayanti Diah. 2014. *Market Segmentation, Targeting dan Brand Positioning dari Winston Premier Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, Universitas Kristen Petra : 1-7
- Ting *et al.* 2015. *Belief about the Use of Instagram : An Explonatory Study* International Journal of Business and Innovation. Vol. 2, Issue 2, 2015 : 15-31
- Wardhana Aditya, Kartawinata Rustandi Budi, Syahputra. 2014. *Analisis Positioning Top Brand Coffe Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung*. Prosiding SNaPP2014 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora ISSN 2089-3590, EISSN 2303-2472 | Vol 4, No.1, Th, 2014 : 303-310
- Widiyanti Wiwik. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox (Studi Kasus pada follower @tempattasdotcom)*. Cakrawala, Vol. XVII, No. 1, Maret 2017 p-ISSN 1411-8629, e-ISSN: 2579-3314 : 40-50

#### **Internet**

- <https://kumparan.com/@kumparanstyle/menilik-prospek-fashion-muslim-di-indonesia> diakses pada 17 Desember 2018
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kerudung> diakses pada 18 Desember 2018
- <https://kumparan.com/@kumparanstyle/lika-liku-hijab-di-indonesia-sempat-dilarang-hingga-jadi-tren-fashion> diakses pada 18 Desember 2018
- <https://www.instagram.com/elitakerudung/?hl=id> diakses pada 18 Desember 2018
- [https://www.instagram.com/hijabnurulizza\\_jogja/?hl=id](https://www.instagram.com/hijabnurulizza_jogja/?hl=id) diakses pada 18 Desember 2018
- <https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis> diakses pada 4 Februari 2019
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia> diakses pada 4 Februari 2019
- <https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/14/1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2013-2014-2014-2015.html> diakses pada 4 Februari 2019
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses pada 4 Februari 2019
- [https://www.instagram.com/p/BVB\\_6oll8\\_8/](https://www.instagram.com/p/BVB_6oll8_8/) diakses pada 4 Februari 2019
- <https://www.instagram.com/p/BnU7IViBH0R/> diakses pada 4 Februari 2019
- <https://www.instagram.com/p/Bu0SI1IEK2/> diakses 13 Maret 2019
- <https://www.instagram.com/p/BqV7WyRFBS/> diakses 13 Maret 2019

<https://www.instagram.com/p/BuLIkM3h3DZ/> diakses 13 Maret 2019  
<https://www.instagram.com/p/Bnz7CqVBDc4/> . diakses 13 Maret 2019  
<https://www.instagram.com/p/BpUFhSWhHzm/> diakses 13 Maret 2019  
<https://www.instagram.com/p/BnoB-WFhs2U/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/BmzjUYpBWuo/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/Bp3fOL3hIRk/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/BqQ24WtBi7n/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/Br6jSHcBJmN/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/BsPHWk7BEIe/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/BtjTIIFAawG/> diakses 21 April 2019  
<https://www.instagram.com/p/B0WvfJqnOzI/> diakses 26 Juli 2019  
<https://www.instagram.com/p/BwhQ3YFALEh/> diakses 26 Juli 2019  
<https://www.instagram.com/p/BwhD6iEAwt5/> diakses 26 Juli 2019