

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2007). *Marketing Research* (Edisi kesembilan). John Wiley & Sons, Inc.
- Afandi. (2022, Mei 10). Indonesia negara paling religius di dunia namun tingkat korupsi tinggi ada yang salah. <https://muhammadiyah.or.id/indonesia-negara-palingreligius-di-dunia-namun-tingkat-korupsi-tinggi-ada-yang-salah/>
- Agustin, A., & Yuningsih, S. (2021). Perancangan Motif Dekoratif Pasir Berbisik.
- Amazon, A. (2022, September 12). *Product Line Extensions: Membentuk Strategi Pemasaran dengan Memperluas Variasi Produk. Learning and Development*. Diakses dari <https://lookmedia.co.id/product-line-extensions/>
- Ambar B. Arini, Asti Musman. 2011. *Batik Warisan Adiluhung Nusantara*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Azzahra, T. S., Fardhani, A. Y. S., & Yuningsih, S. (2024). Perancangan Motif Batik Kontemporer dengan Peng gayaan *Visual Pop Art* yang Terinspirasi dari Macan Tutul Jawa. *Eproceedings of Art & Design*, Vol. 11(1), Februari 2024. *Telkom University*.
- Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness. (1991). E-book.*
- Gelder, S.V. (2015). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page
- Giri, Edin Suhaedin Purnama. 2004. *Ragam Hias Kreasi*. Yogyakarta. Departemen Pendidikan Nasional Universitas Negeri Yogyakarta.

- Gunawan, K & S.P. Djati. 2011. Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Swasta Di Kota Singaraja-Bali, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan.
- Hasan (2014) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Culture Berbershop Bandung. e-Proceeding of Management* : Vol.6, No.3
- Heding, T., Knudzen, C. F., & Bjerre, M. (2009). *Brand Management: Research, Theory and Practice (Vol. 1)*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203996171>
- Hidayanti, M., Saputri, S., & Putri, K. W. (2018, December). *Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim. In Proceeding of National Conference on Asbis (Vol. 3, pp. 303- 313)*. Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Iftitah Nurul Laily (2022). Pengertian Bisnis Beserta Jenis dan Tujuannya. Kontan.  
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/620dbfd107784/pengertianbisnis-beserta-jenis-dan-tujuannya>
- Juska, J. M. (2021). *Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World*. Routledge. New York.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). Indonesia Bersiap Menjadi Destinasi *Fashion* Muslim Dunia. Diakses dari <https://www.kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Bersiap-Menjadi-Destinasi-Fashion-Muslim-Dunia>
- Khairun Nisa & Rudianto. (2017). *Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan*. Jurnal Interaksi. 105.
- Kotler, Keller. (2020), Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1.
- Kotler, P, “*Marketing Management*”, 11th ed. Upper Saddle River, PrenticeHall, New Jersey, 2003.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, United States of America: Pearson Education.
- Kusumawati, Y. A. (2024). Mengapa perlu *Re-Branding? Visual Communication Design*. Faculty Member of Visual Communication Design Binus@Malang. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Lewis, R. (n.d.). 2015 : *The Year the mainstream woke up to muslim fashion?*. Diakses melalui Huffington Post. Diakses pada 18 Januari 2024.
- Martinez, E. and Pina, J.M, “*The negatif Impact of Brand extension on parent brand image*”, *Journal of Product & Brand Management*, Vol 12, No 7, 2003.
- Martinez, E.; Polo, Y.; Chernatony, L, “*Effect of brand extension strategies on brand image A comparative study of UK and Spanish markets*”, *International Marketing Review*, Vol. 25 No 1, 2008.
- Munfarida, E. (2016). *Perempuan dalam Tafsir Fatima Mernissi*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Muzellec, Laurent, Lambkin, Marry (2006). *Corporate Rebranding: destroying, transferring, or creating brand equity? European Journal of Marketing* Volume 40
- Nasution, M. I., Wirasari, I., & Arumsari, A. (2022). *Kajian Brand Fashion Wanita Lokal Di Kota Bandung (Studi Kasus: Calla The Label dan Halona)*. *Perspektif*, 11(4), 1501-1510.
- Nugraeni, E. G. (2024). *Strategi Rebranding pada Brand Fashion Bigjill untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Tesis, Universitas Telkom, Bandung.
- Pelangi, D. (2014). *Brain, Beauty, Belief*. Gramedia Pustaka Utama.

- Prasetyo, B. D. (2020). *Strategy Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- Prayudha, B. A., & Ramadhan, M. S. (2018). Eksplorasi Kuas Alternatif untuk Membuat Motif Berkarakter Sapan Kuas pada Batik Bleaching. *e-Proceeding of Art & Design*, 5(3), 2232. Program Studi Kriya Tekstil dan Mode, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Puspita, B.S., Ilhamsyah, I. & Budi, S.M. (2022). Perancangan *Rebranding Image Play With Pattero* Melalui Promosi Untuk anak remaja kota bandung. *eProceedings of Art & Design*, Vol.9, No.5.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Schulthz, D.C., & Barnes, B.E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. USA: NTC Bussiness Books.
- Schultz, D.E., & Schultz, H.F. (2004). *Brand babble*. USA: Thomson South-Western.
- Siagian, M. C. A., Fardhani, A. Y. S., & Takao, G. S. (2023). Pelatihan Perancangan Dekorasi Motif Kerudung dengan Aplikasi *Surface Design Mix Material Embellishment*. Prosiding PKM-CSR, Vol. 6, e-ISSN: 2655-3570.
- Sitorus, S.A., dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Rnd* Sugiyono Penerbit Alfa Beta Bandung
- Margie, L. A., Yulianto, D. R., Triputra, D. R., & Darmansyah, M. (2020). *Pengantar Bisnis*. UNPAM PRESS.

- Suhersono, Hery. 2005. *Desain Bordir Motif Fauna*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding (memahami dan merancang strategi merek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- The Royal Islamic Strategic Studies Center. The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims, 2022. Jordan: Amman, 2021.*  
<https://themuslim500.com/books/The Muslim 500 2022 edition - Free eBook.pdf>.
- Tirta, Irwan. 2009. *Batik Sebuah Lakon*. Jakarta : Gaya Favorit Press
- Ula, A. N. N. (2023). *Strategi Integrated Marketing Communication dalam Mendapatkan Sponsorship Klub Sepak Bola Persik Kediri (Skripsi S1)*. Universitas Telkom, Bandung.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.