

DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana. Hal. 240-242
- Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.,. 2022. *Strategi Pemasaran*, Cet. Pertama. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi. Hal. 52
- Agung S. 2012. *Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Makan Lakito Temanggung dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Yogyakarta: UPN Veteran. Hal. 50
- Deddy Mulyana. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Rosda Karya. Hal. 16.
- Effendy. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, cetakan ke-14*. Bandung: PT Rosda Karya. Hal. 221
- Fathor Rasyid. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Praktek*. Kediri: STAIN Kediri Press. Hal. 164
- H. Samsul Arifin. 2019. *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish. Hal. 85-86
- Imam Gunawan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013. Hal. 79
- J Lexy and Moleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. 18. Bandung: Remaja Rosda Karya. Hal. 17
- M. Anang Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media. Hal. 57-70
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran edisi ke-13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Hal. 5-257
- Philip Kotler & Kevin Lane Ketler, 2008. *Manajemen Pemasaran edisi ke-13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga. Hal. 172
- Suryanto S.Sos., M.Si.,. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia. Hal. 521
- Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press. Hal.52
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal. 2

Skripsi:

Nicky Putra, Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sumatera Satu Media dalam Meningkatkan Jumlah Customer Event Organizer di Kota Pekanbaru*, (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU, 2020). Hal. I

Loli Tamara P, Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Busana Muslim Dinda Firdausa di Media Online*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Hal. iv

Jurnal:

Dian Sarastuti, '*Strategi Komunikasi Pemasaran Online Pada Produk Busana Queenova*', (Jakarta: Online Marketing Strategist dan Online Branding, 2017) Vol. 16, No.01. Hal. 81-90

Achmad Ziki Rahmad, Bella Fauzia, dan Liswiyanti Damora, '*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Zytadelia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Masa Pandemi Covid-19*', (Pekanbaru: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina), Volume 7, No.02, Mei 2022.

Rahmi Nur Fitri dan Indah Rama Jayanti, '*Fenomena Seleb Hijrah: Tendensi Eksklusivisme dan Kemunculan Kelompok Sosial Baru*', *Source: Jurnal Dakwah dan Sosial* Vol.3 No.01, Januari 2020: 1-17.

Sri Anafarhanah, '*Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis dan Dakwah*', *Source: Jurnal Ilmu Dakwah* Vol.18 No.01, 2019: 81-90.

Khoirun Nisya dan Akhmad Baidun, '*Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Busana Muslimah Modern*', *Source: Jurnal of Psychology*, Vol. 2 No.1, April 2014.

Framesya Nurul Adinda A, Suryani, dan Prima P, '*Faktor yang mempengaruhi minat generasi Z memilih busana muslimah*', *Source: Jurnal EK & BI* Vol. 4 No. 2, Desember 2021.

Referensi Lainnya:

<https://elzatta.com/pages/tentang-kami>

Elzatta Hijab Gelar Opening Store ke-161 di Kota Kediri, Replubika, 26 Desember 2019, <https://www.republika.co.id/berita/q33qnk352/elzatta-hijab-gelar-opening-store-ke161-di-kota-kediri>

Definisi atau Pengertian Fashion Secara Umum, 2015, <https://www.pengertianku.net/2015/11/definisi-atau-pengertian-fashion-secara-umum.html>.

Etika Busana Muslim, 07 Desember 2012, <https://bkd.jogjaprov.go.id/informasi-publik/artikel/etika-busana-muslim#:~:text=Busana%20muslimah%20adalah%20identitas%20kita,yaitu%20wajah%20dan%20telapak%20tangan.>