

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, B. E., Soesanti, I., & Permanasari, A. E. (2018). Analisis Segmentasi Pelanggan Menggunakan Kombinasi Rfm Model Dan Teknik Clustering. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(1), 23–32.
- Admin, J. (2014). *Infografis Tren Hijab 2014*. Jakpat.Net. <https://jakpat.net/info/hasil-infografis-tren-hijab-2014/>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C. S., Endrawati, B. F., Armiani, S., Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kasian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Seval Literindo Kreasi.
- Annur, C. M. (2023). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>
- Arissaputra, R., Chalil, R. D., Saputri, M. E., Thorfiani, D., Istianingsih, N., Mansur, D. M., Wijaya, N. P. N. P., Puspasari, D., & Hikmah, N. (2023). *STRATEGI PEMASARAN DAN BISNIS STARTUP*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Auliyana, L. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 2(2), 216–232.
- Cahyati, T., & Munandar, D. (2023). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Cipta Media Nusantara.
- Dailiati, S. (2018). *Kebijakan Retribusi Kebersihan dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat*. Jakad Media Publishing.
- Darmawan, D., & Grenier, E. (2021). Competitive Advantage and Service Marketing Mix. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(2), 75–80.
- Darsana, I. M., Pandowo, A., Salijah, E., Hurdawaty, R., Wardhani, W. N. R., Sulistiyowati, R., Puspitasari, M., Heykal, M., & Khoir, M. H. A. K. (2023). *Pemasaran dalam Industri Pariwisata*. CV. Intelektual Manifes Media.

- Dr. Abd. Mukhid, M. P. (2014). *METODOLOGI PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*. Jakad Media Publishing.
- Dr. Edy Sulistiyawan, M. S., & Dr. Wira Yudha Alam SE., S. I. P. M. S. M. M. I. P. (2023). *MARKETING STRATEGIS*. CV Pena Persada.
- Dr. Etta Mamang Sangadji, M. S., & S.M.P.M.M., D. (2014). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Publisher.
- Dr. H. Salim, M. P. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Dr. Hari Muharam, S. E. M. M. C., Dr. Harmon Chaniago, M. S., & Mujito, S. E. M. M. (2023). *Perilaku Konsumen. wawasan Ilmu*.
- Dr. Indra Prasetia, S. P. M. S. C., Dr. AKRIM, S. P. M. P., & Dr. Emilda Sulasmi, M. P. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. umsu press.
- Dr. Nancy Yusnita, S. E. M. M., & Prof. Dr. Hari Gursida, A. M. M. C. P. A. (2023). *METODE PENELITIAN BISNIS & MANAJEMEN Konsep dan Implementasinya*. uwais inspirasi indonesia.
- Erwin, A. (2022). *Etika Bisnis Era Millennial*. Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Eyada, B. (2020). Brand Activism, the Relation and Impact on Consumer Perception: A Case Study on Nike Advertising. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 30.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Fedorco, I., Bacik, R., & Gavurova, B. (2018). Technology acceptance model in e-commerce segment. *Management and Marketing*, 13(4), 1242–1256.
- Gaspersz, V. (1996). *Ekonomi Manajerial*. Gramedia Pustaka Utama.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50.

- Indrawan, M. G., Permana, H., Purba, D., Sari, S. Y., Sari, Y. P., Yusran, R. R., Mardika, N. H., Siregar, D. L., & Sari, D. P. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN*. CV. Gita Lentera.
- Juliandi, A., Manurung, S., & Zulkarnain, F. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. UMSU Press.
- Khairunnisa, H., Pratama, A., Musyaffi, A. M., Wolor, C. W., Respati, D. K., F, N. F., & Zahra, S. F. (2022). *KONSEP DAN TIPS DALAM MENULIS KARYA ILMIAH*. Pascal Books.
- Kumar, R. V. (2024). Cronbach's Alpha: Genesis, Issues and Alternatives. *IMIB Journal of Innovation and Management, 1*.
- Kurniawati, D. N. (2019). *Strategi Pemasaran Jilbab di Toko Wearehijab Semarang dalam Perspektif Dakwah*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Kuswaraharja, D. (2022). *Belanja Hijab Rp 91 Triliun, Sandiaga: RI Harus Juara di Negeri Sendiri*. Detik.Com. <https://travel.detik.com/travel-news/d-6422696/belanja-hijab-rp-91-triliun-sandiaga-ri-harus-juara-di-negeri-sendiri>
- Mufarrikhoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Munadhiaksa, R. R., & Supriyanto, H. (2021). Evaluasi Atribut Kualitas Layanan Online Meeting Google Meet Menurut Persepsi Pengguna dengan Metode IPA-Kano dan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). *Jurnal Teknik ITS, 10*(2).
- Naim, A. (2023). Consumer behavior in marketing patterns, types, segmentation. *European Journal of Economics, Finance and Business Development, 1*(1), 1–18.
- Nasution, A. A., Sutejo, B., Nasution, B., & Nasution, A. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nasution, R., Aprianingsih, A., & Handayani, F. (2008). Peta Persepsi Multi Atribut Dan Penyedia Jasa Transportasi Menuju Bandara Soekamo Hatta Di Kota Bandung. *Journal of Technology Management, 7*(2), 149–169.
- Nikolic, D., Kostic-Stankovic, M., & Jeremic, V. (2022). Market Segmentation in the Film Industry Based on Genre Preference: the Case of Millennials.

*Engineering Economics*, 33(2), 215–228.

- Nugroho J. Setiadi, S. E. M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana.
- Nurmayanti, W. P., Wulandya, S. A., & Rahim, A. (2021). Multidimensional Scaling Analysis: An Application to Positioning Cosmetic Brands. *Proceedings of the 2nd Progress in Social Science, Humanities and Education Research Symposium (PSSHERS 2020)*, 563(Psshers 2020), 49–52.
- Ong, J. O. (2013). Implementasi Algoritma K-means clustering untuk menentukan strategi marketing president university. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol.12, no(juni), 10–20.
- Pardiyono, R., Suteja, J., Undang, J., & Puspita, H. D. (2022). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Permadi, A. H., Rifisani, A., Timur, A. J. L. P., Syakina, A., Wiguna, D. P., Nurwati, D., Purwanto, H., Mutoharoh, H. L., Ariesanto, I., Setyawan, L. H., Hidayatullah, M., Ibad, M. N., Mahfudz, Yakin, M. A., Oktavius, P. J., Fabri, R. A. W., Rifai, R. P., Tobing, S. N. L., Khu, S., ... Ibad, Z. (2020). *BISNIS UMKM DITENGAH PANDEMI: Kajian Komunikasi Pemasaran* (Surabaya). Unitomo Press.
- Pras. (2019). *Pengguna Hijab di Indonesia Meningkat Pesat*. Moeslimchoice. <https://www.moeslimchoice.com/sosial/pr-9677272886/Pengguna-Hijab-di-Indonesia-Meningkat-Pesat>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Prof. Dr. Ir. Sugiarto, M. S., & Ir. Hongyanto Setio, M. B. A. (2021). *STATISTIKA TERAPAN UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*. Penerbit Andi.
- Putra, M. (2024). *Kenali Bagaimana Karakteristik Konsumen Memengaruhi Perilaku Membeli untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*. Toffeedev.
- Putro, W. A. S., Lamatenggo, Y. N., & Widiyaningsih, W. R. (2023). *Ragam Penelitian Olahraga*. Deepublish Digital.

- Rabbani, M. R. (2020). The competitive structure and strategic positioning of commercial banks in Saudi Arabia. *International Journal on Emerging Technologies*, 11(3), 43–46.
- Rizki, A. Y. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Kota dan Kabupaten Provinsi Jawa Barat*.
- Safithry, E. A. (2018). *ASESMEN TEKNIK TES DAN NON TES*. IRDH.
- Sari, C. A. S. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarie, F., I Nyoman Tri Sutaguna, S. S. T. P. M. P., Dr. I Putu Suraoka, S. S. T. M. K., Darwin Damanik, S. E. M. S. E., Gusnita Efrina, M. P., Rahmahidayati Sari, M. P., Ayu Rahma Nengsi, M. P., Fadli Agus Triansyah, S. P., Dr. Ir. Talitha Wenifrida Massenga, M. S., & Manullang, S. O. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Simamora, B. (2002). *Aura merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sitinjak, T., Duriyanto, D., Sugiarto, & Yunarto, H. I. (2004). *Model Matriks Konsumen utk Mcpt.Spv*. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, & Iskandar, D. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret. *Kelola*, 2(3), 43–59.
- Syakur, M. A., Khotimah, B. K., Rochman, E. M. S., & Satoto, B. D. (2018). Integration K-Means Clustering Method and Elbow Method for Identification of the Best Customer Profile Cluster. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 336(1).
- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, R., Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *RAGAM ANALISIS DATA PENELITIAN (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press.
- Westerlund, M. (2020). Digitalization, internationalization and scaling of online SMEs. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 48–57.
- Wicaksono, W., Suyatin, H., & Wicaksono, N. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Cipta Media Nusantara.

Yuliady, F., & El Madja, N. M. (2023). Marketing Mix Dalam Pemasaran Digital Brand Hijab Rayyah Dan Peran Brand Hijab Rayyah Dalam Industri Kreatif Sub-Sektor Fashion. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(1), 51–61.

