

DAFTAR PUSTAKA

Aliya, A. (2016, 23 Juni). *Industri Busana Muslim (Muslim Fashion) Ternyata Menjadi Penyumbang Terbesar Pertumbuhan di Bidang Ekonomi Kreatif Selain Bidang Kuliner* [serial online] [didownload pada 16 Maret 2017 dari <http://finance.detik.com/industri/3240610/bisnis-busana-muslim-jadi-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif-ri>].

Aqmarina, S., Kumadji, S., dan Kusumawati, A., 2016. *Pengaruh Celeberiry Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. 3909-3935.

Butarbutar, K. R., 2008. *Pengaruh Eksekusi Iklan Televisi Kartu Telepon Prabayar 3 (Tri) Versi Murah Tanpa Tapi terhadap Brand Positioning pada Mahasiswa S1 Reguler Fisip UI* [skripsi]. Universitas Indoensia, Jakarta.

Astrikariandini, P.M., 2009. *Analisis Ekuitas Merek Shampo Sunsilk* [Skripsi]. Universitas Indonesia, Jakarta.

Departemen Pendidikan Nasional, 2008. *Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian Pendidikan*.

Dewanti, A.A., 2016. *Tahap Destination Branding dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung* [Skripsi]. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Dian, M. (2016, 22 November). *Dian Pelangi Diakui Media Dunia Sebagai Tokoh Berpengaruh di Industri Fashion* [serial online] [didownload pada 16

Maret 2017 dari <https://www.fimela.com/fashion-style/dian-pelangi-sukses-jadi-500-tokoh-paling-berpengaruh-di-industri-fashion-dunia-151210f.html>].

Dian Pelangi. nd. *Profil Desainer* [didownload pada 29 Maret 2017 dari <http://dianpelangi.com/about-us/designer-profile/>].

Dian Pelangi. nd. *Profil Butik* [didownload pada 29 Maret 2017 dari <http://dianpelangi.com/about-us/boutique-profile/>].

Dian Pelangi. nd. *Profil Perusahaan* [didownload pada 16 Maret 2017 dari <http://dianpelangi.com/about-us/boutique-profile/>].

Fadela, D., 2012. *Analisis Brand Endorser Produk Kosmetik Mustika Ratu Studi Pada Putri Indonesia 2010 Nadine Alexandra Dewi Ames* [Skripsi]. Universitas Indonesia, Jakarta.

Fauzan, N.A., 2015. *Pengaruh Customer Experience terhadap Brand Image Pada Handphone Smartfren Andromax C* [Skripsi]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas, Bandung.

Febriyatika, C., 2009. *Analisis Peta Positioning Merek Notebook Dikalangan Mahasiswa Universitas Indonesia dengan Menggunakan Metode Attribute Rating dan Correspondence Analysis* [Skripsi]. Universitas Indonesia, Jakarta.

Fleck, N., Michele, G., dan Zeitoun, V., 2014. *Brand Personification through the use of Spokespeople: An Exploratory Study of Ordinary Employees, CEOs, and Celebrities Featured in Advertising*. *Psychology and Marketing* Vol.31(1).

Hakim, L., 2010. *Hubungan antara penggunaan endorser band slank terhadap positioning Yamaha* [Skripsi]. Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta.

Halim, A.I., 2016. *Pengaruh Penggunaan Celebrity endorser, brand association, dan brand image terhadap keputusan pembelian* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Hendrawan, D., dan Nugroho, D.A., 2016. *Hubungan antara Brand awereness, Brand Reputation, dan Brand Trust pada restoran lokal berbasis Rantai di Kota Malang.*

Imam, C., Budihardjo, H., dan Hidayat, W., 2017. *Perancangan Media Promosi Video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*

Karrimudin, A. (2016, 16 Maret). *Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 22 Juta* [serial online] [didownload pada 28 Maret 2017 dari <https://dailysocial.id/post/pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta>].

Kusuma, D.A., 2017. *Personal Branding Celebgram Dan Persepsi Followers* (Studi Deskriptif *Personal Branding Celebgram dan Persepsi Followers terhadap Personal Branding Celebgram dalam Akun Instagram @dianrizkita*) [Thesis]. Universitas Sebelas Maret, Semarang.

Linda, Y.R., 2015. *Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien* [Skripsi]. Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta.

Susilana, Rudi. Modul 6 Populasi dan Sampel.

Marselina, D., 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor* [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Maulidar, dan Irma, A., 2017. *Peran Celebgram Endorser dalam Proses Pengambilan Keputusan Membeli Pakaian Wanita di Instagram Pada Mahasiswa Universitas Syah Kuala*.

Mimpi Indonesia Kiblat Fashion Muslim Dunia [serial online] [didownload 15 Maret 2017 dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>].

Muslimah. (2016, 24 Juni). *Bisnis Busana Muslim Indonesia Kian Bergelora* [serial online] [didownload 15 Maret 2017 dari <http://www.muslimah.co.id/lifestyle/2016/06/24/bisnis-busana-muslim-indonesia-kian-bergelora>].

Mustikarillah, R.N., 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush pada PT Hadji Kalla di Makassar* [Skripsi]. Universitas Hassanudin, Makassar.

Puri, D.A., 2016. *Senantiasa Disisi Anda Sebagai Branding Tagline dalam Membentuk Citra Terpercaya Nasabah BCA Samarinda*. 4(4):149-160.

Rahmawati, B., 2017. *Visual Branding Cafeku di Blitar* [Skripsi]. UIN Sunan Ampel, Surabaya.

Resfani, D. L., 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen dan Positioning Produk Waralaba Teh Instan* [Skripsi]. Universitas Indoensia, Jakarta.

Reynaldi, G.H., dan Suprapti, N.W., 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Merek Honda di Kota Denpasar*. 375-401

Rezkisari, I. (2014, 24 April). *Pakar Mode Kemukakan Pentingnya Fashion Branding* [serial online] [didownload pada 16 Maret 2017 dari <http://www.republika.co.id/berita/humaira/fashion/14/04/24/n4j8jj-pakar-mode-kemukakan-pentingnya-fashion-branding>].

Riadi, Edi, 2016. *Statistika Penelitian*. Andi, Yogyakarta.

Rismawan, I.M., dan Purnami, N.M., 2017. *Peran Price Discount Memoderasi Pengaruh Product Knowledge dan Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention*. 264-288.

Rizan, M., Saidani, B., dan Sari, Y., 2012. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro*.

Sugianto. (2016, 22 Mei). *Wapres JK Sambut Kedatangan Presiden Jokowi*[serial online] [didownload 15 Maret 2017 dari http://www.rri.co.id/post/berita/277321/berita_hari_ini/wapres_jk_sambut_kedatangan_presiden_jokowi.html].

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.

Sukma, K.A., Nurcahaya, I.K., dan Suryani, A., 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore*. 4016-4043.

Sulistiyorini, I., 2012. *Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser terhadap Citra Merek* [Skripsi]. Universitas Indonesia, Jakarta.

Susila, A.M., 2008. *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Sikap Konsumen Pada Merek Esia*. [Skripsi]. Universitas Indonesia, Jakarta.

Suseno, R.I., Yulianto, E., dan Abdillah, Y., 2016. *Pengaruh Atribut Dan Positioning Produk terhadap Citra Merek*. Vol. 35 No. 22.

Universitas Gunadarma, 2016. *Modul Metode Riset*.

Wang, F., dan Hariandja, E. S., 2016. *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours In Indonesia*.

Warta Ekspor. (2015, April). Hias Rias Indonesia sebagai Pusat Fesyen Muslim Dunia.