

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- Ardiyanti, G. (n.d.). *Mengenal STP Marketing dan Contoh Penerapan pada Bisnis*. Whello.Id. <https://whello.id/tips-digital-marketing/pengertian-stp-marketing/> (Diakses pada 30 November 2022).
- Braithwaite, D. O., & Schrodt, P. (2014). *Engaging Theoriew in Interpersonal Communication Multiple Perspectives* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Datareportal.com. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (Diakses pada 6 Juli 2022).
- Dicky, Y., & Mansoor, A. (2020). Marketing Communication Strategy Using Direct Marketing For Start-Up Fashion Brand Teemochi. *European Journal of Business and Management Research*, 5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.2.288> (Diakses pada 23 September 2022).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. PENERBIT ERLANGGA.
- Insani, C. N. (2020). *Apa Arti Haute Couture? Mengenal Istilah Penting dalam Dunia Fashion*. Stylo Indonesia. <https://stylo.grid.id/read/142346212/apa-arti-haute-couture-mengenal-istilah-penting-dalam-dunia-fashion?page=all> (Diakses pada 3 September 2022).
- Jelita, I. N. (2021). *Gara-gara Pandemi Covid-19, Diperkirakan 30 Juta UMKM Bangkrut*. MediaIndonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/433606/gara-gara-pandemi-covid-19-diperkirakan-30-juta-umkm-bangkrut> (Diakses pada 7 September 2022).
- KBBI Daring. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. KBBI. <https://kbbi.web.id/mubazir> (Diakses pada 9 Desember 2022).
- Kemenag.go.id. (2021). *Masa Pandemi, Jumlah Pernikahan Tahun 2020 Menurun Dibandingkan Tahun 2019*. Kemenag.Go.Id. <https://jateng.kemenag.go.id/2021/02/masa-pandemi-jumlah-pernikahan-tahun-2020-menurun-dibandingkan-tahun-2019> (13 Juli 2022)/
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall Published.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Lestari, N. P. E. B., Utami, S., & Lestari, P. A. (2020). Endorsment Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Dunia Fashion. *Prosiding Seminar Nasional Desain*

*Dan Arsitektur, 3.*

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Third). SAGE Publications.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). *A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies*. 9.
- Posner, H. (2015). *Marketing Fashion Strategy, Branding and Promotion*. Laurence King Publishing.
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urban Inc. *UMS*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Puspaningtyas, L. (2021). *30 Juta UMKM Bangkrut, Sisanya Bertahan dengan Digitalisasi*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/qqkg48383/30-juta-umkm-bangkrut-sisanya-bertahan-dengan-digitalisasi> (Diakses pada 7 September 2022).
- Qibtiyah, A. (2020). *Konsep Pakaian Syar'i yang Banyak Disalahpahami Muslimah*. Ibtimes.Id. <https://ibtimes.id/konsep-pakaian-syari-yang-banyak-disalahpami-muslimah/> (Diakses pada 20 Oktober 2022).
- Ramadhani, S. S. (2022). *5 Tugas Manajer Produksi: Cuma Terlibat Proses Produksi?* Riliv.Co. <https://riliv.co/rilivstory/tugas-manajer-produksi/> (Diakses pada 5 November 2022).
- Rathnayaka, U. (2018). *Role of Digital Marketing in Retail Fashion Industry: A Synthesis of the Theory and the Practice*.
- Rd. Soemanagara. (2008). *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan* (Juni 2008). Alfabeta.
- Rizaty, M. A. (2021). *Imbas Pandemi, Jumlah Pernikahan Turun 9,14% pada 2020*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/30/imbaspandemi-jumlah-pernikahan-turun-914-pada-2020> (Diakses pada 13 Juli 2022).
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development* (Rusmini (ed.); 1st ed.). PUSAKA JAMBI.
- Saravanakumar, M., & Suganthalakshmi, T. (2012). Social Media Marketing. *Life Science Journal 2012*.
- Setiawan, S. (2021). *Studi Kepustakaan adalah*. Gurupendidikan.Co.Id. <https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kepuustakaan/> (Diakses pada 20 Juli 2022).
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of*

- Integrated Marketing Communications* (J. Rich (ed.); ninth edit). South-Western.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto (ed.); 2021st ed.). ALFABETA, CV.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Meodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PUSTAKABARUPRESS.
- Vinerean, S. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics. *Experts Journal of Marketing*, 5(2), 92–98. [https://marketing.expertjournals.com/ark:/16759/EJM\\_511vinerean92-98.pdf](https://marketing.expertjournals.com/ark:/16759/EJM_511vinerean92-98.pdf) (Diakses pada 21 Desember 2022)
- Wijayanti, F. (2018). *Analisis Pekerjaan Bidang Industri Busana*. Universitas Negeri Jakarta.