

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, (2024). Mengkaji Ulang Stereotip Gender: Eksplorasi Stereotip Gender dalam Konteks Budaya Matrilineal Minangkabau. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 93-104.
- Afifah, T. N., Rahma, A. W., & Cholis, Y. T. N. (2020). Eksploitasi Tubuh Wanita dalam Iklan Dolce & Gabbana. *Jurnal Audiens*, 1(2), 167-174.
- Ajizah, N., & Khomisah, K. (2021). Aktualisasi Perempuan dalam Ruang Domestik dan Ruang Publik Perspektif Sadar Gender. *Az-Zahra: Journal of Gender and Family Studies*, 2(1), 59-73.
- Al Hamid, N., & Romyeni, R. (2024). Pengaruh Girl Group Twice sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Mediasi Brand Image. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 101-113.
- Kartika Asih, Aulia "Representasi Perempuan Dalam Meningkatkan Penjualan." *Jurnal Studi Gender dan Anak* (2019): 33-44.
- Bashori, Bashori. "Strategi kompetitif dalam lembaga pendidikan." *TADRIS: Jurnal Pendidikan Islam* 12.2 (2017): 161-180., B. (2017). Strategi kompetitif dalam lembaga pendidikan. *TADRIS: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(2), 161-180.
- Bendar, A. (2019). Feminisme dan gerakan Sosial. *Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 13(1), 25-37.
- Dalimoenthe, (2021). *Sosiologi gender*. Bumi Aksara.
- Damaris, A., Riyadisyah, K., & Lantang, N. D. H. (2020). Pengaruh Sales Approach, Gender Stereotype, Networking dan Purchase Intention terhadap Sales Performance di PT Intraco Penta Prima Servis. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(03), 105-114.
- Dewi & Marhaeni, (2024). Determinan curahan jam kerja sektor publik perempuan pedagang bunga di pasar bunga
- Taman Sari. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 2(4), 159-172.
- Dewi, R. (2022). *Representasi citra perempuan pada iklan parfum posh hijab chic* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Harsanto, P. W. (2017). Imajinasi Berbasis Gender (Penafsiran Atas Model Perempuan Dalam Iklan). *INVENSI*, 2(2), 49-60.

- Hazin, B. I. (2024). Pengertian Strategi. *Pengembangan Kurikulum: Teori, Model, dan Praktik*, 240.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon sebagai brand ambassador, brand image (citra merek) dan cita rasa terhadap keputusan pembelian Mie Korean Spicy Chicken. *Edunomika*, 4(1), 103-113.
- Iye, R., Susiati, S., & Karim, K. (2020). Citra perempuan dalam iklan sabun Shinzui. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 6(1), 1-7.
- Juliansyah, Eris. (2017). Strategi pengembangan sumber daya perusahaan dalam meningkatkan kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19-37.
- Fraser, Nancy. "Feminisme, kapitalisme og historiens list." *Agora* 33.2-3 (2016): 110-132.
- Mudzakkir, Amin. *Feminisme Kritis: Gender dan Kapitalisme dalam Pemikiran Nancy Fraser*. Gramedia Pustaka Utama, 2022.
- Muktaf, Z. M. (2016). T eknik Penelitian Studi Kasus, Etnografi dan Fenomenologi dalam Metode Kualitatif. *Jurnal Pendidikan*, 3(1), 1-5.
- Nugroho, Bayu Aji. "Perlawanan perempuan terhadap dominasi patriarki dalam Novel Geni Jora karya Abidah El Khalieqy kajian feminisme psikoanalisis karen horney." *Jurnal Sastra Indonesia* 8.2 (2019): 148-156. Nurul 'Afifah, (2021). Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Mengkaji Ulang
- Stereotip Gender: Eksplorasi Stereotip Gender dalam Konteks Budaya Matrilineal Minangkabau
- Prihatiningsih, T., & Mudrikah, I. M. (2020). Representasi Perempuan Dalam Iklan. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(2), 115-122.
- Evelyn. *Mitos Inferioritas Perempuan*. Penerbit Independen (PIN), 2019.
- Sari, N. P., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap minat beli konsumen skincare Ms Glow (studi pada konsumen Ms Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25-40.
- Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Spradley, J. P. (2017) *Metode Etnografi Yogyakarta*: Tiara Wancana.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku konsumen.

Tijiang, B., & Rahmawati, L. (2021). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 196-207.

Viani, e. (2024). *Analisis pesan pemberdayaan perempuan dalam buku the alpha girl's guide karya henry manampiring* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).

Windiani, W., & Rahmawati, F. N. (2016). Menggunakan metode etnografi dalam penelitian sosial. *DIMENSI-Journal of Sociology*, 9(2).

Yarsama, K., & Catri, N. L. A. (2023). CITRA TOKOH PEREMPUAN DALAM NOVEL PEREMPUAN DI TITIK NOL KARYA NAWAL EL-AADAWI. *Pedalitra: Prosiding Pedagogi, Linguistik, dan Sastra*, 3(1), 158-166.

Juliano, S. (2015). Komunikasi dan gender: PERBANDINGAN GAYA KOMUNIKASI DALAM BUDAYA MASKULIN DAN FEMINIM. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 5(01).

Ekawati, S., Daksa, F. A., Azzuhdi, A. N., & Sudiwijaya, E. (2025). Representasi Perempuan dan Budaya Konsumen dalam Iklan Shopee 9.9 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 118-130.

Hadi, Abdul, Luluk Laifah, and Atep Hendang Waluya. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Insani Di Indonesia." *Ekobis Syariah* 7.1 (2023): 1-9.