

DAFTAR PUSTAKA

- A R Naufal, & R H Magnadi. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*, 6, 1–9.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). the Influence of Products and Promotions on Purchasing Decisions Mediated in Purchase Motivation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 152–161.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.17>
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *INA-Rxiv*, 1–12.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Ginanjari, S. E., Shalsabila, D., Noviawati, R., & Faturrohman, R. (2024). *Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Ditinjau Dari Endorsment*. 2(2), 255–260.
- Hasanah, U., Ajizah, N., & Huda, M. (2025). *Pengaruh Trend Fashion , Content Creator , dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Aplikasi Tiktok (Followers Tiktok @ secaca . id)*. 5(1), 1–9.
- Hasri, Y. (2020). *PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)*.

- Husna, A., Zuhirsyan, M., Kholil, A., Syariah, P., & Medan, P. N. (2024). *PENGARUH TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH PADA MAHASISWI MUSLIM KOTA MEDAN*. 442–448.
- Kamuri, K., Manongga, I., Anabuni, A., & Riwu, Y. F. (2024). *Muslim Fashion Style , Personal Branding , Trust and Purchase Decisions Through Social Media*. 10(02). <https://doi.org/10.21070/jbmp.v10i2.1938>
- Kavitha, R. (2022). Consumers' Preference Towards Online Shopping. *Multidisciplinary Journal for Applied Research in Engineering and Technology*, II(5), 473–477. <https://doi.org/10.54228/mjaret07220016>
- Khusaini, M., & Riani, L. P. (2024). Tiktok Shop Dan Ambisi Negeri China : Analisis Permasalahan Tiktok Shop Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 118–128. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/PROSPEK>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- Lubis, N. (2021). *Pengaruh Trend Fashion Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Padang*. 1, 21–22.
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Maulana, M. M., & Diem, C. Z. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung

- Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 254–267.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>
- Musa, A., & Nifita, A. T. (2019). Preferensi konsumen dalam berbelanja pada online shop. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 153–162. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943>
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen pemasaran*.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
<https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- RAHMI, R., & NELLY, N. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Minyeuk Pret di Kota Banda Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 6(2), 52–58.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v6i2.338>
- Risyafani, S., Johannes, J., & Khalik, I. (2022). Effect of Content Review and

- Promotion on Buying Interest With Product Involvement As an Intervening. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(2), 312–318.
<https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i2.18881>
- Sari, D. N. (2021). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 60).
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71.
<https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Siti Khotijah, & Krisna Mutiara Wati. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di TikTok Shop. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(3), 117–128. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i3.474>
- Smith, J. G., & Clark, F. E. (1928). Principles of Marketing. In *The Economic Journal* (Vol. 38, Issue 151). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Wiranegara, U. P. (2024). *Issn : 3025-9495*. 8(7), 1–13.
- Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House of Shopaholic Di Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 59.
<https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.284>