

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H. N., Abdul, W. S., Harisman, Dyah, U. D., Ismi, N., & Fanny, I. P. (2023). Komparasi Persepsi Strategi Pemasaran Toko Online Pada Konsumen Di Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 10(1), 55–70. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i1.516>
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Akbar, A., Ali, S., Ahmad, M., Akbar, M., & Danish, M. (2019). Understanding the Antecedents of Organic Food Consumption in Pakistan: Moderating Role of Food Neophobia. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20), 4043. <https://doi.org/10.3390/ijerph16204043>
- Akbar, G. P. N. (2024). ANALISA CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Bloods Clothing Di Barlingmasca). *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 151–163. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11064>
- Alviana, N., Ahmadi, & Asra, M. (2024). Peningkatan Minat Konsumen Melalui Strategi Pemasaran. *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 121–132.
- Amalina, N., Wani, A. R., & Lestari, D. (2022). Analisis Fashion Muslim Di Era Millenial Dalam Perspektif Islam. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 2–9.
- Anggraini, N. P. N. (2023). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk, Dan Online Customer Review Pada Keputusan Pembelian Online. *Ideji Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196>
- Armananti, S. H., & Asteria, D. (2019). Partisipasi Anggota Dan Pemanfaatan Instagram Dalam Interaksi Komunitas Brand Ria Miranda. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5266>
- Auliya, Z., Meidea, I., Dewi, R. S., & Prabawani, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Switching Melalui Ketidakpuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Brand Switching Laptop Merek Asus Ke Merek Lain Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 186–198. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

- Darmajaya, I. B. D., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6931. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p01>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (Bmaj)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Faiqoh, N. K. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler Di Pasar Modern Kota Bekasi. *Agrisaintifika Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7(1), 47. <https://doi.org/10.32585/ags.v7i1.3682>
- Fauziah, M. N., Madjakusumah, D. G., & Srisusilawati, P. (2022). Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Angkatan 2018-2019 Universitas Islam Bandung). *Bandung Conference Series Sharia Economic Law*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2701>
- Ghozali, M. I. (2016). Rantai Pasok Beras Pada Bulog Berbasis Neural Network. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 7(2), 743. <https://doi.org/10.24176/simet.v7i2.790>
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno, N. (2022). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi Pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420–432. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34919>
- Hanaysha, J. R. (2018). An Examination of the Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in the Malaysian Retail Market. *Psu Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/prr-08-2017-0034>
- Hasan, M., Tahir, T., Inanna, I., Supatminingsih, T., & Arisah, N. (2021). Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Membeli Produk Fashion. *Phinisi Integration Review*, 4(2). <https://doi.org/10.26858/pir.v4i2.22291>
- Hidayati, E. N. (2023). The Influence of Brand Image and Price Perception on Consumer Purchase Decisions on Buttons scarves in East Java. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(6), 2019–2028. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i6.5555>
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Ikhwana, A., & Dewi, M. K. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Batik Lokal Melalui Teknologi Informasi. *Jurnal Kalibrasi*, 18(2), 58–65. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.18-2.737>

- Irayanti Tambunan, Rustam, J. A. (2023). *Pengaruh Trend Muslimah Fashion Terhadap*. 2(2), 485–498.
- Kania, N., & Arifin, Z. (2019). Analisis Kesulitan Calon Guru Sekolah Dasar Dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematis Berdasarkan Prosedur Newman. *SJME (Supremum Journal of Mathematics Education)*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.35706/sjme.v3i1.1471>
- Kevin Jonathan Kurniawan, Reynaldo Wahyudi, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Kriyantono, R. (2020). Qaulan Sadidan Principles and Factuality in Public Broadcasting Institution News. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 275. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1680>
- Kurniyadi, M. D., Amin, A. Y. Al, & Rohimah, S. (2024). Peran Psikologi dalam Pendidikan Islam. *Tsaqofah*, 4(4), 3100–3107. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v4i4.3194>
- Laar, C. v., Derks, B., & Ellemers, N. (2013). Motivation for Education and Work in Young Muslim Women: The Importance of Value for Ingroup Domains. *Basic and Applied Social Psychology*, 35(1), 64–74. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.746609>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science Education and Religion*, 1(1), 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>
- Mahendra, M. I. I., & Mamilianti, W. (2020). Persepsi Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (Jase)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Maryanti, N. K. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Jerawat Merek Acnes Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 417–424. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.45147>
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. (2016). Analisis Faktor Kendala Dalam Pengajuan Sertifikat Halal. (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 4(3), 364–371. <https://doi.org/10.29244/jipthp.4.3.364-371>
- Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Michelle, A. W. O., & Susilo, D. (2021). The Effect of Instagram Social Media Exposure on Purchase Decision. *Ettisal Journal of Communication*, 6(1), 36. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6242>

- Moon, N. (2023). Factors Affecting the Safe Sexual Behaviors of Korean Young Adults by Gender: A Structural Equation Model. *Korean Journal of Women Health Nursing*, 29(2), 115–127. <https://doi.org/10.4069/kjwhn.2023.06.16>
- Nazirun, N., Dupri, & Wahyuningsih, S. (2021). Survei Motivasi Masyarakat Kota Pekanbaru Melakukan Aktivitas Olahraga Rekreasi Melalui Program Car Free Day Tahun 2020. *Indonesian Journal of Physical Education and Sport Science*, 1(2), 51–56. <https://doi.org/10.52188/ijpess.v1i2.199>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Nurhalim, A. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59. <https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15263>
- Oktaviano, D., Permatasari, B., & Fernando, Y. (2022). PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting ...*, 2(1), 46–54. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/1685%0Ahttps://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/viewFile/1685/593>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 99–111. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23675>
- Pinaraswati, S. O. (2023). Marketing Strategy: Its Influence on Consumer Decisions and Satisfaction in Permata Kwangsang Residence Sidoarjo Housing. *International Journal of Economics Business and Management Research*, 07(11), 185–201. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2023.71112>
- Pole, S. (2022). Penggunaan Ayat Al-Quran dalam Produk Pakaian Muslimah: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Akun Instagram @Biabyzaskiamecca. *Jalsah : The Journal of Al-Quran and As-Sunnah Studies*, 2(1), 54–63. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/jalsah/article/view/213>

- Prabasiwi, Y. P., & Kusmiati, A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Kopi Arabika Matt Coffee Di Kabupaten Bondowoso. *Jsep (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), 57. <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.12205>
- Pradana, A. K., Slamet, A. S., & Andrianto, M. S. (2018). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Pepaya Calina. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 155. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i2.1562>
- Pratiwi, D. nurvianti, & Fikriyah, K. (2021). DETERMINAN PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM BELANJA ONLINE MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 219–231. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p219-231>
- Putri, R. D. (2021). Being Young Female Muslims in Islamic Fictions: Moral Anxiety, Faith Primacy and Ideal Image Discourse. *Simulacra Jurnal Sosiologi*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.21107/sml.v4i1.8715>
- Putrianto, N. K. (2023). Analisis Dimensi Pada Pakaian Olahraga Menurut Konsumen Dewasa Muda Di Surabaya Dan Malang. *Jurnal Tekstil Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Tekstil Dan Manajemen Industri*, 6(2), 60–67. <https://doi.org/10.59432/jute.v6i2.68>
- Saputri, O. B., & Huda, N. (2020). Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen. *Human Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.30829/hf.v7i2.7213>
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070–1079.
- Setyawati, R. E. (2023). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 7(3), 502–514. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2075>
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian . *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.884>
- Siregar, B. R. S., Yulasmi, N., & Lusiana. (2022). Celebrity Endorser Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Upi Yptk Journal of Business and Economics*, 7(3), 431–436. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.194>
- Suariedewi, I. G. A. A. M. (2023). Impact of Social Media Quality and Brand Awareness on Purchase Decision Mediated by Role of Brand Image. *Tijab (The International Journal of Applied Business)*, 7(2), 217–230. <https://doi.org/10.20473/tijab.v7.i2.2023.46718>
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *Jabe (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>

- Tampubolon, K., & Siregar, B. (2023). Analisis Implementasi Sistem Merit bidang Pelayanan Publik di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas Kota Medan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v3i2.571>
- Tarmidi, D. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (Turcomat)*, 12(4), 747–753. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.559>
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneur & Business*, 2(1), 56–70. <https://doi.org/10.24123/jeb.v2i1.4023>
- Veni Erniawanti, Maulana Yusuf, & M. Taufik Ridho. (2023). Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Vivi Jilbab Di Sungai Kambang Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(3), 90–103. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i3.1093>
- Vitadiar, F. Z., & Widiastuti, T. (2023). Analisis Faktor Penyebab Distorsi Harga Pasar dan Penanggulangan Dampaknya dalam Perspektif Islam. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 256–274.
- Wahyuni, E. R. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Konten Pemasaran terhadap Niat Beli melalui Brand Awareness pada Brand Erigo. 01(1), 1–24.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.6.1.45-63>
- Wicaksono, R. A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yanti, S., Saprida, S., & Satria, C. (2024). PENGARUH TREND FASHION DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswi STEBIS IGM Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 4(1), 27–34. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v4i1.358>

- Yuliantin, F., Septia Handayani, N., & Fakhрил Ulum, M. (2024). Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Empiris Pada Penjualan Gamis Nibras di Nibras House Tuban. *Journal Islamic Banking*, 4(1), 25–34. <https://doi.org/10.51675/jib.v4i1.865>
- Zahra, U. S. F., & Jannah, R. U. (2024). Implementasi Prinsip Konsumsi Islami: Studi Kasus Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Djuanda Terhadap Trend Fashion. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1020–1034. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11853>
- Zebua, B. J. Z., & Andronicus, M. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Sumut. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 3(1), 65–79. <https://doi.org/10.34012/jebim.v3i1.1793>
- Zinabu, N. K. (2021). Apartment Purchase Decision Variables in Real Estate Companies: Sales Teams Perspective in Addis Ababa, Ethiopia. *JMCR*. <https://doi.org/10.7176/jmcr/79-02>