

DAFTAR PUSATAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Aisa. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pakaian (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
- Al-hafiz, I. M., & Sanggabuaana, D. (2020). *Pengaruh Media Instagram , Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Hijab Mazuscarf*. 203–210.
- Anita, A. (2019). Perencanaan bisnis fashion hijab. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Barata, A.A. (2016). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo Jakarta.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik , 9 (1), 104-112.
- Danang Sunyoto. (2013). *Metedologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT.Rafikan Aditama). hlm.97
- Edastami, M., -, M., & Mahfudz, A. A. (2019). An Analysis of The Effect of Fashion Consciousness as A Mediating Factor on Hijab Fashion Consumption in Indonesia. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 13(1), 81–105. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v13i1.200>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Faizani, RD, & Prihatini, AE (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek The Executive PT Delami Garment Industries. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 9 (1), 157-168.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.Jakarta.
- Faried, A. I. (2019). Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(2), 9–19.
- Fithriana, A., & Nopitasari, W. (2018). Modest Fashion: Diplomatic Creativity in supporting Halal Tourism. *IJECA (International Journal of Education and*

- Curriculum Application*), 28. <https://doi.org/10.31764/ijeca.v0i0.1974>
- Ghozali, Imam .(2016). *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM 23 Edisi 8, (Semarang: Badan Penerbit UNDP),103.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gillani, S. H. B., Ijaz, F., & Khan, M. M. S. (2016). Role of Islamic Finance Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review*, 3(3(1)), 29–49.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* , 2 (1), 152-165.
- Hapsari, D. A., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Dasterbordir. Com). *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...*, 10(2), 12–19. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12893>
- Hasbiyadi, H., Mursalim, M., Suartini, S., Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera pada PT. Sungai Saddang Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 2(2), 57-64.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.
- Immawati, S. A., Budi, A., & Tati, E. L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Yang Diproduksi Pt. Hijab Alila. *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 117–136.
- Jariyah,K.A.,&Yucha,N.(2021). Analisis'Pengaruh'Kualitas'Pelayanan'Dan'Kualitas Produk'Terhadap'Keputusan'Pembelian'Di'Toko Pakaian Ainun Jaya Kota Baru Driyorejo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 247. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i1.934>
- Kamilah, A. N., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KERAGAMAN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB MEREK HIJAB PRICESS (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang Angkatan 2013-2016 Pengguna Media Sosial Instagram). *Jurnal Riset Manajemen*, November 2016, 124–135.

- Kotler, P., & Kevin, L.K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- KHANISA, Z. U. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mata Air Swalayan Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya.
- Kuntopati, B. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.1*, 1(5), 1134–1149.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, hlm.100
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IJoASER (International Journal on Advenced Science, Education, and Religion)*, 1 (1), 9-22.
- Maramis, S., & Guspa, A. (2021). DAMPAK KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Ranah Reseach: Journal Of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 271-277.
- Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2(4), 236–241.
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6), 512–521. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Meilina Boediono, SC, & Sari Immanuel, DM (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>

- Nisya, K., & Baidun, A. (2019). Faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan membeli busana muslimah modern. *TAZKIYA: Journal Of Psychology*, 2(1)/
- Nisak, DAK, & Astuningsih, SE (2021).Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1),41-48.
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(2), 709. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2452>
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukmmart Kartika Widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Pranata, CW, Sherrly, S., Vincent, V., & Fitriano, A.(2021). Pengaruh Kepercayaan, Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.Dalam Forum EKONOMI (Vol.23, No.2, hlm.331-339).
- Purba, M., & Veranita, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Scarves and Pashmina Alisha Fancy Shop). *Jurnal Co Management*, 4(1), 632–640. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v4i1.582>
- Qiema, M. (2021). TREND FASHION MUSLIM DI INDONESIA SAAT INI DAN KESESUAIANNYA DENGAN SYARIAT ISLAM. *Jurnal Qiema (Majalah Ekonomi Islam Qomaruddin)* , 7 (2), 224-236.
- Romelah, S., & Wahyuni, DU (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* , 11 (11).
- Rismanto. (2016). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian hijab pada cv. rabbani asysa kota bengkulu.*
- Rori, H., Anita, A. N., Mayang, T., Faisal, A., & Hamsinah, B. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko ananda di ciledug kota tangerang. Jurnal Ilmiah PERKUSI* 2(3, 341-349 .

- Santoso, E.B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11 (1), 1-8.
- Safitri, C. (2017). Pemahaman Trend Fashion Siswa Kelas Xi Tata Busana Di Sekolah Menengah Kejuruan. *Keluarga: Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(1).
- Samsul, S., Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1), 12–24. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i1.135>
- Sari, D. N., Fauzi DH, A., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh trend fashion terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen wanita butik Ria Miranda cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 82–89.
- Sari, T. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Atribut Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Vanilla Hijab (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta)
- Sarumaha, D. (2022). Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Berkat Anatasia (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen)
- Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(2), 287.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*.
- Syofian Siregar. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed.1 Cet.2* (Jakarta: Bumi Aksara), 77.
- Tiani Esa Sapitri. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tiany Craft Di Pondok Cabe-Tangerang Selatan*. 1(2), 60–65.

- Trisna, PD (2022). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al Futuh Fashion di Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1 (10), 3711-3715.
- Wilda, N.(2021). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Rumah Donat Dayat Di Kecamatan Tualang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Diss. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2021.
- 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), 59-63.
- Yulinda, E., Pangiuk, A., & Hafiz, A. P. (2020). PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DI TOKO ANNUR SUNGAI KAMBANG TELANAIPURA JAMBI (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Yolanda, H. (2020). PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Zahrotun, N., Muhammad, N., & Nur, S. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Etika (Studi Kasus pada Bintang Fasion Shop Sitanggal)*. 6(2), 5152–5161.