

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H., Amin, M., & Ibnu, A. R. (2024). Pengaruh Islamic Branding, Brand Image dan Product Ingredient Terhadap Keputusan Beli Produk Halal Network Indonesia (HNI). *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 4(1), 51-62.
- Afrianty, N., & Agustina, D. (2020). Pengaruh Islamic branding dan product ingredients terhadap minat beli produk PT. HNI HPAI Kota Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2), 121-136.
- Agrasadya, A., Dianti, A. R., & Sunarto, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt Perkebunan Nusantara VIII Bogor. *Journal of research and publication innovation*, 1(4), 1237-1247.
- Agung, H., Christian, M., & Loisa, J. (2020). Perilaku Pengguna Shopee Terhadap Pembelian Multiproduk dengan Pendekatan Theory of Reasoned Action. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem Dan Industri*, 1(01), 11-23. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4005>
- Amiruddin, M., & Pratiwi, A. (2024). Islamic branding dan halal awareness terhadap keputusan pembelian pakaian Muslim di toko online. *Journal of Economics, Social, and Humanities*, 7(1), 45–59.
- Amirulloh, M. M., & Alijoyo, F. A. (2025). Inovasi Proses Bisnis E-Commerce: Pengelolaan Kualitas Produk Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Tingkat Kepuasan Konsumen. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 10(1), 579-587.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anggreini, L. L., Tanjung, B. I. J., & Putrie, C. A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Serbasepeda.com. *Economics and Digital Business Review*, 6(2.1), 315-327.
- Anwar, D., Marnola, I., & Suryani, S. (2019). Pengaruh religiusitas dan komunitas terhadap motivasi berwirausaha para pemuda. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(2), 181.

- Aryani, Y. (2020). Sistem informasi penjualan barang dengan metode regresi linear berganda dalam prediksi pendapatan perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39-51.
- Asna, N., Fitriani, R., & Mashudi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Heavenlight (Studi Pada Pengikut Instagram Heavenlight). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 9-18. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.20392>
- Asnuri, L., Asyari, A., & Sholihin, A. (2024). Pengaruh Attitude, Subjektive Norms Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Murabahah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 578-586. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12267>
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh religiusitas, literasi halal, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan halal pada masyarakat di jawa tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 341-355. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>
- Azzahra, G. M., Mawardani, P., Artika, P. A., & Nandavita, A. Y. (2025). Analisis Implementasi Halal Lifestyle pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro: Perspektif Islam. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2343-2352. <https://doi.org/10.62710/am3pd483>
- Azzahra, M., Rahsa, M. Z., Illahi, M. D., Trisoni, R., & Yahya, M. (2026). Busana Muslim di Kalangan Generasi Muda: Antara Gaya Hidup Identitas dan Pendidikan Karakter Islami. *Al-Abshor: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 48-59. <https://doi.org/10.71242/78z9tg93>
- BPS Kota Cirebon. (2024). Jumlah Penduduk Kota Cirebon 2024.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
- Fadilah, S. (2021). Perkembangan industri busana muslim di kota Cirebon: Analisis budaya dan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 9(2), 201–219.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JIIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369-373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Fathurrahman, M., & Yuliana, D. (2020). Halal lifestyle dan faktor psikologis dalam pembelian produk fashion Muslim. *KnE Social Sciences*, 4(6), 123–133.

- Habayahan, A. R., Ritonga, M. N., & Siregar, E. Y. (2021). Analisis sikap belajar siswa selama pandemi covid-19 tingkat SMA di Kecamatan Barus. *JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal)*, 4(1), 107-114.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256-270. <https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>
- Hakim, R., & Latifah, N. (2024). Determinan keputusan pembelian produk fashion halal: Islamic branding, kepercayaan, dan kualitas produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 98–111.
- Halimah, F., & Wicaksono, A. (2023). Pengaruh Islamic branding dan kualitas produk terhadap minat beli busana Muslim. *International Journal of Economics, Business, and Accounting*, 3(2), 71–83.
- Hartono, B., & Mukhlisoh, S. N. (2022). Pengaruh budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian jamu tradisional. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 162-172.
- Haryono, H. (2023). Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(02). <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5537>
- Hasna, S. Z. D., & Susilowati, F. D. (2025). Pengaruh Religiusitas, Influencer Endorsement dan Online Customer Review Terhadap Niat Beli Produk Fashion Muslim di Online Shopping. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(2), 708-733.
- Herlambang, S., & Fathoni, M. I. (2023). Pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap efektivitas pelayanan kenaikan pangkat di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Jempper*, 2(2), 14-26.
- Hidayati, A., & Safrianti, S. (2025). Pengaruh Islamic Branding, Islamic Advertisting, Labelisasi Halal Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Platform Tiktok Shop. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 1-9.
- Hidayat, R., & Nugroho, T. (2022). Determinan perilaku pembelian busana muslim berbasis religiusitas dan nilai halal. *Jurnal Riset Perilaku Konsumen*, 2(3), 221–238.

- Indrawati, P. (2022). Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Pembelian Fashion Muslim Pada Marketplace Indonesia. *Iqtisad: Reconstruction of justice and welfare for Indonesia*, 9(2), 165-188.
- Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 127-144. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n3.p127-144>
- Istiqomah, N. H., Magfiroh, S., & Habibana, Z. N. (2024). Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 71-82. <https://doi.org/10.61393/heiema.v3i2.227>
- Ittaqullah, N., Qalbi, L. S., & Isalman, I. (2023). Gaya hidup terhadap perilaku impulsive buying pada konsumen marketplace. *Jurnal Sublimapsi*, 4(2), 349.
- Jamalia, B. (2023). Pengaruh Religiusitas, Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. *Wasathiyah: Jurnal Studi Keislaman*, 4(2), 1-7.
- Jannah, W. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Mie Samyang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Muslim di Kota Jember. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(8), 1459-1477. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i8.651>
- Kariandinata, R., Hidayat, A., Koswara, U., Hidayat, W. H., & Suganda, A. (2025). Pengaruh Antara Kinerja dan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kompetensi Guru di SDN Sukasari Cileunyi Bandung. *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, 8(2), 1086-1100. <https://doi.org/10.30605/jsdp.8.2.2025.6507>
- Khairanis, R., & Aldi, M. (2025). Etika Estetika Dalam Branding Produk Halal: Perspektif Syariah Terhadap Desain Dan Nilai Visual. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah dan Teknologi*, 4(1), 517-529. <https://doi.org/10.62833/embistek.v4i1.174>
- Kristiyowati, E., & Afiqi, M. A. (2021). Korelasi Disiplin Dalam Pembelajaran PAI Dengan Religiusitas (Studi Kasus Siswa Kelas IX SMP Negeri 1 Adipala Tahun Ajaran 2019/2020). *Jurnal Tawadhu*, 5(1), 59-77. <https://doi.org/10.52802/twd.v5i1.142>

- Lestari, D., Ilato, R., Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh kecakapan hidup (life skill) dan gaya hidup (life style) terhadap pola hidup konsumtif Mahasiswa. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 1-15.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah kota pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512-520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)
- Marotain, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(02), 423-437. <https://doi.org/10.37366/jespb.v10i02.2870>
- Marpaung, S. A., & Rialdy, N. (2025). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Halal di Media Sosial. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 2721-2728.
- Maulana, M. I., Farida, I., Khasanah, K., Zaroh, Y., & Farabi, M. E. (2025). Perilaku Halal Lifestyle Untuk Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal Di Era Generasi Z. *JMA*, 3(11).
- Maulana, R., & Khairunnisa, S. (2021). Tren, gaya hidup, dan religiusitas dalam perilaku konsumen muslim. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 3(1), 77-94.
- Mawardi, I., Zahroh, L. A., & Lindra, K. F. P. (2025). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Kosmetik Emina. *CURRENCY (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah)*, 4(1), 589-599.
- Meinawati, K., & Ardyansyah, F. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Kualitas Produk dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 1(3), 73-91.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh religiusitas, gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian produk busana Muslim di marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174-186.



- Moumtaza, F. Z. (2022). Pengaruh social media marketing, influencer marketing dan brand image pada aplikasi TikTok terhadap keputusan pembelian pada produk busana muslim (Studi kasus mahasiswa Universitas Islam Indonesia).
- Munzilin, A., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Hijab. *Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 741-759. <https://doi.org/10.32806/ivi.v6i1.695>
- Muthahharah, I., Juhari, A., Bungatang, B., Habibah, S. H. S., & Asmayani, A. (2025). Pendampingan Pengisian Kuesioner Penelitian Bagi Guru SDN 30 Panaikang Kabupaten Pangkep. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 118-123.
- Naradiasari, N. S., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Keputusan Pemilihan Berkarir Dibidang Perpajakan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 99-110.
- Nasir, M., Hidayah, N., Prasetyowati, R. A., & Dewi, R. M. (2024). Islamic Branding: Pertimbangan Rasional Dan Ideologis Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Harmoni*, 23(2), 311-338.
- Nastiti, E., Damayanti, T. T., & Madina, S. A. (2023). Dampak pelanggaran asumsi klasik terhadap estimasi model ekonometrika. *Jurnal Pijar*, 2(1), 150-158. <https://doi.org/10.65096/pmb.v2i1.1177>
- Ningsih, D., & Wardhana, B. (2023). Kualitas bahan dan desain dalam preferensi busana muslim. *Jurnal Fashion dan Pemasaran*, 5(3), 210–230.
- Ningsih, E. S., Fatimah, F. S., & Sarwadhamana, R. J. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner Manajemen Talenta. *Indonesian Journal of Hospital Administration*, 4(2), 52-55.
- Nugraha, R. (2024). Analisis SWOT terhadap urgensi sertifikasi halal fashion sebagai preferensi konsumen Muslim. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 79-88. <https://doi.org/10.33477/eksy.v6i1.7280>
- Nurhaliza, N., Syarofi, M., & Siddiquee, A. M. (2025). Relevansi Halal Lifestyle dan Halal Awareness dalam Menggunakan Kosmetik Halal: The Relevance of Halal Lifestyle and Halal Awareness in Using Halal Cosmetics. *Economic and Education Journal (Ecducation)*, 7(1), 364-386.
- Nurkholiq, A., Saryono, O., & Setiawan, I. (2019). Analisis pengendalian kualitas (quality control) dalam meningkatkan kualitas produk. *Jurnal Ekonomi Ilmu Manajemen*, 6(2), 393-399.

- Nursyafa'ah, T. (2025). Analisis faktor-faktor penentu perilaku konsumen dalam konteks bisnis syariah. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(02), 179-197.
- Octaviany, M., & Binastuti, S. (2025). Potensi Industri Fashion Halal Terhadap Perekonomian Islam Di Indonesia. *Taraadin: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 1-20.
- Poetra, D. P., & Fajriyah, R. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Pegawai Biro OSDM Kementerian Perindustrian RI dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linier Berganda: Pengaruh Motivasi Kerja dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Pegawai Biro OSDM Kementerian Perindustrian RI dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linier Berganda. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 2(1), 10-21.
- Prastiwi, R. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Halal Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 164-195.
- Puspasari, D. (2023). Pengaruh Desain Logo Dan Nama Merek Terhadap Brand Image Mixue (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Wibawa Karta Raharja). *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 41-48.
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di unit usaha retail Kobantitar Mart. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584-593. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1090>
- Putri, M. N., Mutia, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh label halal, brand image Dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian konsumen muslim di restoran ichiban Jamtos Jambi. *Journal of Student Research*, 1(6), 257-275.
- Putri, N. H. R., & Pertiwi, I. F. P. (2024). Pengaruh Islamic Branding, Halal Awareness, dan Islamic Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 678-688.
- Rahmalia, I., & Fikriyah, K. (2025). Halal Lifestyle Memediasi Influencer Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Hijab Lafiye. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 135-153.
- Risma, S., & Sukmawati, C. (2023). Pengaruh price discount terhadap impulse buying pada aplikasi shopee Indonesia. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 14-39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8248>

- Rivaldi, R., Farida, I., & Jojo, J. (2025). Analisis Perubahan Preferensi, Persepsi dan Pola Konsumsi Terhadap Keputusan Penggunaan Fashion Halal Pada Generasi Z. *Jurnal Al-Istishna*, 1(2), 107-120.
- Riyanti, N., & Syahab, S. A. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Safi Pada Generasi Z Di Kota Palembang: Peran Islamic Branding, Citra Merek, Harga, Dan Celebrity Endorsement. *El-Mubarak: Islamic Studies Journal*, 2(2), 21-31.
- Rizki, M., & Susanti, S. (2025). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Untuk Pilihan Pembelian Aman. *Tanmiyah Impact: Islamic Economics & Business Service Journal*, 1(1), 1-10.
- Sa'adah, N., Andiansyah, T., Hidayat, T., Amni, C., & Sunyanti, S. (2025). Analisis Distribusi dan Tren Nilai Mahasiswa dengan Pendekatan Statistik Deskriptif dan Visualisasi Data. *Sudo Jurnal Teknik Informatika*, 4(3), 203-211. <https://doi.org/10.56211/sudo.v4i3.1233>
- Sa'adah, J., & Setiawan, F. (2025). Efektivitas Syariah Compliance dan Islamic Branding Terhadap Consumer Loyalty Produk Safi. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 2(1), 16-30.
- Safitri, J., & Khasanah, A. U. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 5-13.
- Sani, A. F., Anggraeni, A. F., Khofiya, A. A., & Laelia, N. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi dan Etika Pemasaran pada Produk Bersertifikasi Halal. *TADHKIRAH: Jurnal Terapan Hukum Islam dan Kajian Filsafat Syariah*, 2(2), 258-268.
- Santoso, G. E. M., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh kepercayaan, harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada kosmetik Wardah (Studi kasus pada mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(8).
- Sari, A. W., & Susilo, E. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Busana Muslimah Merek Nadheera Luxury Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 2(02), 1-8.
- Sayyidah, A. F., Mardhotillah, R. N., Sabila, N. A., Rejeki, S., & Nomor, M. U. (2022). Peran religiusitas Islam dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis. *Jurnal Al-Qalb*, 13(2), 105.



- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Syafrianita, N., & Asnawi, M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31-40.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Ummah, H. F., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Halal Lifestyle dan Product Bundling Terhadap Minat Beli Ulang dengan Mediasi Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(2), 189-106.
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10-20.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10-19. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i1.6064>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Wulansari, A., Ismuni, M., & Haryadi, R. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Rating Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Brand Elzatta di Tiktokshop: Studi pada Masyarakat Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 4(1), 79-91.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., ... & Aryati, V. A. (2022). Penerapan uji multikolinieritas dalam penelitian manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94-102.

- Yulfinarsyah, Y. (2021). Sikap, Norma Subyektif, Perceived Behavioral Control Dan Perceived Risk Pada Intensi Menggunakan Produk Energi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 26(2), 132-145.
- Zaki, K., & Nazir, A. (2025). Halal Fashion: Peluang Ekonomi Dari Industri Modest Fesyen Indonesia. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(1), 89-96. <https://doi.org/10.30653/ijma.202551.132>
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang perumusan hipotesis statistik dalam pengujian hipotesis penelitian. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115-118.
- Zayrin, A. A., Nupus, H., Maizia, K. K., Marsela, S., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780-789. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>

