

DAFTAR PUSTAKA

- Al Quran, Al A'raf ayat 7, *Al Quran Al Karim dan terjemahnya (Kudus: Menara Kudus, 2006)*.
- Andi R Mustika, "urgensi komunikasi model stimulus organism response (s-o-r) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran", *al-iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6 No. 2 (2021).
- "Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Nur Wanita, S.Ag., M.Ag*," *Jurnal Laa Maisyir* 6, no. 1 (2019).
- Duwi Priyanto. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Edwin Japariato, and Sugiono Sugiharto. "Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 6, no. 1 (2011).
- Eka Sari, Aprilia. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 13, no. 1 (2014).
- Endorser, Celebrity. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.26460/jm.v8i1.539>.
- Felicia, Vike. "Pengaruh Celebrity Endorse Di Instagram Dan Hedonic Motives Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Fashion Di Surabaya." *Performa* 6, no. 5 (2022). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2564>.
- Gunawan, Graciella Tansah, and Tony Sitinjak. "Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta)." *Jurnal Manajemen* Vol.7, no. No.2 (2018).
- H. Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015.
- Habibah, Hamdani, and Santi Lisnawati. "Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim Di Kota Bogor)." *Iqtishoduna P-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056/* 7, no. 2 (2018).
- Hardani et. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Harly, Gevin Sepria, and Damayanti Octavia. "The Impact of Endorsement Fashion Blogger Towards Purchase Intention on

- Local Brand (2013 - 2014)." *Jurnal Manajemen Indonesia* 14, no. 2 (2014).
- Hasanah, Khafiatul. "Pengaruh Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan." *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2016).
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i1.1051>.
- Ii, B A B, A Kajian Pustaka, Komunikasi Pemerintahan, Ahmad Setiadi, English Communcation, Ulber Silalahi, and Handrini Ardiyanti. "Pemanfaatan Medsos Untuk Efektifitas Komunikasi." *Info Singkat Bidang Politik Dalam Negeri Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* 12, no. 15 (2020).
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2013.
- Karundeng, Nikita, Johnny A. F. Kalangi, and Olivia F. C. Walangitan. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019).
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23566.83-90>.
- Khotimah, Husnul, Muhammad Khafid, and Amin Pujiati. "Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli." *Journal of Economic Education* 5, no. 2 (2016).
- Kiranti, Salsabila Syahfa. "Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Café Kopi Di Depok" 1, no. 1 (2022).
- Kusnanto Darmawan dan Irdiana Sukma, "impulse buying di masa pandemi covid 19", *journal Economics and Bussiness Innovation* 1 No. 1 (2010)
- Kurniasih, Lina, and Asep Maulana. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Pada Tokopedia Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pengguna Tokopedia Di Karawang)." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 5, no. 4 (2021). <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2568/http>.
- Kurniawan Yunus dan sukma, "panic buying penyebab terjadinya impulse buying pada pembelian minyak goreng", *Journal of Innovation Research and Knowledge* 2 No.1 (2022).
- Ma'ruf Abdullah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Mubarq, Husni, Yulia Nurul Hidayati, Program Studi, Administrasi Publik, Fakultas Ilmu, Sosial Ilmu, Universitas Panca, and Marga Probolinggo. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan

- Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo” 10, no. 2 (2022).
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Muslimin, Kara, Rika Dwi Ayu Parmitasari, Zulfahmi Alwi, and Risna. “Bauran Pemasaran Jasa Dan Tingkat Hunian Pada Hotel Al-Badae Syariah.” *Jurnal Laa Maisyir* 6, no. 1 (2019).
- Muthohar, and Triatmaja. “Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 19, no. 1 (2013).
- Nisak, Maslatun, and Tutik Sulistyowati. “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022).
- Rachman, Fabian, Riskon Ginting, and Hafniza Amir. “Pengaruh Stimulus Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Bli Produk Baru” 12, no. 11 (2015).
- Sabrina, Dio Yoan, and Erianjoni Erianjoni. “Implementasi Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Pemenuhan Dan Perlindungan Hak-Hak Penyandang Disabilitas Di Kota Padang.” *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>.
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. “Komunikasi Dan Media Sosial.” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018).
- Sari, Irfa Diana, Finisica Dwijayati Patrikha, Fakultas Ekonomika, and Universitas Negeri. “Pengaruh E-Gaya Hidup , Trend Fashion , Dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen The Effect of e-Lifestyle , Fashion Trends , and Customer Experience on Impulse Buying of Consumer Fashion Products” 18, no. 4 (2021).
- Shadrina, Alliza Nur, Muhammad Anwar Fathoni, and Tati Handayani. “Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab.” *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>.
- Sopian, Ahmad Ali. “Endorsement as a Marketing Strategy Trend in Islamic Perspective Endorsement Sebagai Trend Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam” 04, no. 02 (2020).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis, Cet. 15*. Bandung: alfabeta, 2012.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2003.

- Unud, E-jurnal Manajemen. "255200-None-71E38Bd6" 5, no. 7 (2016).
- Utami, Yekti, Jasmine Azhari, Findra Kendaga, and Aris Kusumo Diantoro. "The Influence of Hedonistic Motives , Fashion Interest , and Positive Emotions on the Impulsive Buying of Fashion Products with Sales Promotion as Moderating Variables" 6, no. 3 (2021).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.
- Wijaya, Putu Yudy, and Ni Nyoman Reni Suasih. "Peran Local Celebrity Endorsement Pada Iklan Di Media Sosial Terhadap Pembelian Produk Kuliner Di Provinsi Bali Pada Masa Stay Home Akibat Pandemi Covid-19." *Jurnal Bisnis Strategi* 29, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.14710/jbs.29.2.119-133>.
- Yaya Suryana. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Yazid, Tantri Puspita, and Ridwan Ridwan. "Proses Persepsi Diri Mahasiswa Dalam Berbusana Muslimah." *Jurnal An-Nida'* 41, no. 2 (2017).
- Yoebrilianti, Anggit. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2018).