

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemahan. *Departemen Agama RI*. Bandung : PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Adyanto, Brian Cahyo, and Suryono Budi Santosa. "Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.Com)." *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 1 (2018): 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>.
- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, and Fetalia Haryanti Anugrah. "Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah Di Kota Tegal." *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2021): 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>.
- Amalia, Adhimurti Citra, and Gabriella Sagita. "Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Di Kota Surabaya." *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 20, no. 2 (2019): 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>.
- Astaki, Ni Putu Dinda Prameswari Putri, and Ni Made Purnami. "Peran Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 9 (2019): 5442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p05>.
- Astuti, Rini, and Muhammad Hasbi. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2020, 127–35. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/view/1170>.
- Azuar, Juliandi. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: Umsu Press, 2014.
- Cahyono, Edi. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta." *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)* V, no. 1 (2018): 61–75. https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Citra+Merek,+Harga+Dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Handphone+Merek+Oppo+Di+Sleman+Daerah+Istimewa+Yogyakarta&hl=id&as_sdt=0,5.
- Chandra, Andres Prijaya, and Thomas Santoso. "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di

- Outlet Mini Melts Surabaya.” *Agora* 7, no. 1 (2019): 1–5.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>.
- Deni, Darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Latifah Pipih. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Latifah Pipih. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Dwi, Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- . *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Effendi, Syamsul. “Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” 1386, 26–35.
- Estu Mahanani. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com.” *Ikraith-Humaniora* 2, no. 3 (2018): 53–61.
- Fasha, Anisha Ferdiana, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari. “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 30–42.
- Fetritzen, and Nazaruddin Aziz. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia.” *OSF Preprints* 1 (2019): 1–9.
- Huzangi, Ahmad, and Prihartini Budi Astuti. “Pengaruh Word of Mouth, Kelompok Acuan, Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 2, no. 6 (2020): 910–26.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i6.686>.
- Indahningrum, Rizka putri, Jose Naranjo, Hernández, Jose Naranjo, L Ombra D E L Peccato, and Hernández. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pda Produk Fashion Di Kalangan Generasi Z Di Kota Medan.” *Applied Microbiology and Biotechnology* 2507, no. 1 (2020): 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.gold-er.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>
- Irawan, Heri Tri, and Ling Pamungkas. “Penetapan Harga Jual Batu Bata Pada UD. Bata Jaya Dengan Menggunakan Metode Target Profit Pricing” 5, no. April (2019): 1–9.
- Japariato, Edwin, and Stephanie Adelia. “Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai

- Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>.
- Jasmi, Kamarul Azmi. “Kod Etika Peperangan Dalam Islam: Surah Al-Baqarah (2: 189-195),” no. January 2020 (2021): 189–95.
- Joesyiana, Kiki. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau).” *Jurnal Valuta* Vol. 4, no. 1 (2018): 71–85.
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia. “Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah.” *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 46.
- Khumairo, Ninik Lukiana, and Kasno T Kasim. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang.” *Jurnal Progress Conference* 1, no. 1 (2018): 262–70. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Maulana Adi dan Hardani Wibi. 13th ed. PT Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Ling, Tjong Su, and Anton Widio Pratomo. “Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1, no. 1 (2020): 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>.
- MANZANI, A, and D Fadhilah. “Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop.” *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 1 (2021): 13–23.
- Mashrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pert. Mibarda Publishing, 2017.
- Miati, Iis. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (2020): 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>.
- Muhammad, Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2009.
- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, and Wardah Jafar. “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam.” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2020): 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>.

- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Edoso Revi. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014.
- Nasution, Rostika, Zulkarnain Nasution, and Meisa Fitri Nasution. “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Wilda Collection Rantauprapat.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 5, no. 1 (2022): 115–21. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.484>.
- Nazarduin, H, and S Y S Engel. “Peranan Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Bandung Jeans.” *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2020, 115–19. <http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/bisman/article/view/668%0Ahttp://jurnal.pnk.ac.id/index.php/bisman/article/download/668/282>.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Nora Media Enterprise, 2019.
- Nisa, Nur Rohmatun, Rini Rahayu, Kurniati, and Ratna Nikin Hardanti. “Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.” *Administrasi Bisnis* 8, no. 1 (2019): 59–66.
- Nurchayyo, Bagus, and Riskayanto Riskayanto. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>.
- Nurhalim, Andres Dharma. “Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara.” *Jurnal Bina Manajemen* 10, no. 2 (2022): 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>.
- Pengusul, Tim, Samuel T U A Ginting, Anhar Manalu, and Dian Minora Sihotang. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Komputer Pada Pt. Girsang Mitra Mandiri Di Kota Medan (the Influence of Price and Promotion on Computer Purchase Decision At Pt. Girsang Mitra Mandiri in Medan City),” n.d., 10–25.
- Purnama, Andriawan Doni, Dkk, and ... “Analisa Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek (Brand Image) Dan Harga (Price) Pada Mobil Honda Brio (Studi Empirik Pada Pengguna Mobil Honda Brio Di Pondok Indah, Jakarta Selatan).” *JIMP: Jurnal Ilmiah ...* 1, no. 1 (2021): 56–68. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIMP/article/view/2067%0Ahttp://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIMP/article/download/2067/1157>.

- Rahmawati, Selvi Dwi, Abd. Kodir Djaelani, and Khalikussabir. "Pengaruh Store Atmosphere, Price, Lifestyle Dan Location Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Soe Di Kabupaten Nganjuk)." *Jurnal Riset Manajemen* 10, no. 9 (2021): 136–49.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10668/8409>.
- rasyid, Harun Al, and Agus Tri Indah. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan." *Perspektif* 16, no. 1 (2015): 39–49.
<https://doi.org/2550-1178>.
- Samantha, Ruth, and Diaz Almalik. "Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Product Inovation, Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK. (Studi Kasus Masyarakat Desa Tanjungsari, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung)." *Tjyybjb.Ac.Cn* 3, no. 2 (2019): 58–66.
<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.
- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Edited by WK Nikoemus. CV ANDI OFFSET, 2013.
- Sari, Heni Lutfia, Rois Arifin, and M Hufron. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo." *Jurnal Riset Manajemen* 53 (2018): 12–22.
- Suhaidi, M, D Nurhabibah, E E Akbar, and M Iskandar. "Pengaruh Word of Mouth Dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (1911): 1911–26.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sunanti, A.A Dwi Widyani, Ini Made Satua Utami. "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Visa Bali, Canggü." *Jurnal Emas* 2, no. 1 (2021): 51–70.
- Surya, Kencana. "Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING" 6681 (n.d.): 1003–11.
- Usman, Efendi. *Psikologi Konsumen*. Edited by Batubara Alwin. PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2016.
- Wijoyo, Hadion, Irjus Indrawan, Yoyok Cahyono, Agus Leo Handoko, and Ruby Santamoko. *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis. Pena Persada Redaksi,* 2020.
https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40.

Yudisman, Septevan Nanda. “Hukum Berjenggot Dalam Islam: Kajian Terhadap Fenomena Jenggot Sebagai Fashion Dalam Teori Sosial.” *Profetika: Jurnal Studi Islam* 22, no. 2 (2021): 296–307. <https://doi.org/10.23917/profetika.v22i2.16673>.

