

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyany, Fitri Dewi, and Imam Arif Fajari. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop." *EKONAM: Jurnal Ekonomi* 4, no. 1 (2022): 18–24.
- Afrianty, Nonie. "Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1, no. 2 (2020): 121.
- Aghitsni, Wanda Intan, and Nur Busyra. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 6, no. 3 (2022): 38–51.
- Aisyah, N, and F Setiawan. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Fashion Muslim Di Toko Zoya" *Kaffa: Jurnal Fakultas Keislaman* 2, no. 2 (2021): 181–192.
- Anafarhanah, Sri. "Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis Dan Dakwah." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 18, no. 1 (2019): 81.
- Adriyanto, Andreas Rio, Imam Santosa, and Achmad Syarif. "Memahami Perilaku Generasi Z Sebagai Dasar Pengembangan Materi Pembelajaran Daring." *Prosiding: Seni, Teknologi, Dan Masyarakat* 2, no. 2013 (2020): 165–173.
- Anwar, Rahmad solling Hamid dan Suhardi M. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019.
- Arifin, Mohammad Jauharul. "Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* 08, no. 1 (2021): 67–83. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>.
- Armel, Nurul Huda dan Yollanda. "Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Bekas Di Kios Jelita Desa Pambang Baru" *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi* 1, no. 1 (2021):44.
- Auliyana, Lina. "Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang)." *Journal Of Business and innovation Management* 2, no. 1 (2020): 216–232.
- Chakraborty, Uttam. "The Impact of Source Credible Online Reviews on Purchase Intention The Mediating Roles of Brand Equity Dimensions." *journal of research in Interactive Marketing* 13, no. 2017 (2019).

- Dewi, Listiana Kurnia, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta, Istiyakara Muslichah, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, and Daerah Istimewa Yogyakarta. “Pengaruh Kesadaran Fashion Muslim Dan Faktor-Faktornya Terhadap Konsumsi Fashion Muslim Di Indonesia” 1, no. 2 (2022): 60–77.
- Mahyarni. “Theory of Reasoned Action and Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Prilaku).” *jurnal El-Riyasah* (2013): 13–19.
- Rahayu, Ekawati . *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran*. 1st ed. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Siregar, Farida Hanum . *Psikologi Konsumen*. 1st ed. Medan: Universitas Medan Area, 2012.
- Firdaus, muhammad Ilham dan. *Islamic Branding Dan Religiusitas*. 1st ed. Bintan: STAIN SULTANABDURRAHMAN PRESS, 2019.
- Firdaus, Salma, Tiara Oktarienza, Vicky F Sanjaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Universitas Islam Negeri Raden Intan. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim Di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 1 (2022): 2022. <http://jema.unw.ac.id>.
- Firmansyah, Hery. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. 1st ed. Yogyakarta: MedpressDigital, 2013. <http://webadminipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/64501/>.
- Firmansyah, M. Anang. *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Ghozali, Imam. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2021.
- Handayani, Nurul, Nur Anim Jauhariyah, and Ana Aniati. “Menakar Kontribusi Islamic Branding, Personal Salling, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pashmina.” *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 2, no. 2 (2021): 46–59.
- Hardiyanto, Nugroho, Hewage Lakshi, Krishani Perera, and Lusianus Kusdiby. “Customer Purchase Intentions on Hijab Fashion: The Role of Social Media Marketing Instagram and Product Quality.” *International Journal of Applied Business Research* 2, no. 02 (2020): 138–148.
- Hartono, Willy Abdillah dan Jogiyanto. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2015.

- Ritonga, Husini Muharram, Miftah El Fikri, Nurafrina Siregar, Dkk. *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. 1st ed. Medan: CV. Manhaji, 2018.
- Millah, Ichdha Atsnaul dan Fany Indriyani. “Analisis Pengaruh Islamic Branding, Harga, Electronic Word Of Mouth, Dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Kecantikan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 15 (2021).
- Utami, Indah Wahyu. *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Edited by Tim. Surakarta: CV Pustaka Begawan, 2017. <http://webadminipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/138572/>.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Gitosudarmo, Indrio. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: BPFE-YOGJAKARTA, 1997.
- Jayani, Dwi Hadya. “Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia.” *Databoks.Katadata.Co.Id*. Last modified 2021. Accessed June 19, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.
- Hair, Josep F, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson. *Multivariate Data Abalysis*. 7 Edition. England: Pearson Education Limited, 2010.
- Kementrian Perindustrian. “Merek Dan Kemasan.” Accessed January 23, 2023. <http://ikm.kemenprin.go.id/informasi-Publik/merek-dan-kemasan/>.
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya, 2020.
- Kurniawan, Rudi, La Ode Alimusa, and Al-Asy’ari Aduan Hakim. “Pengaruh Religiusitas , Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Halal Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Religiusitas (Studi Di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2748–2754.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, and Aufarul Marom. “Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada Generasi Millenial Di Kabupaten Kudus.” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 289.
- Liputan6.com. “Industri Fashion Muslim Menggeliat, Indonesia Masuk 3 Besar

- Dunia.”*Liputan6.Com.Lastmodified2023*.<https://www.google.com/amp/s/www.liputan6.com/amp/5230252/industri-fashion-muslim-menggeliat-indonesia-masuk-3-besar-konsumen-dunia>.
- abdillah, Ma’ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Maha. “Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam.” *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine* 7, no. 2 (2021): 224–236.
- Kambolong, Makmur dan Nurjannah Lia Ambarwati. *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Makasar: Alauddin University Press, 2016.
- Melati. *Majajemen Pemasaran*. 1st ed. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021. <http://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/177804>.
- mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz, dan Leliya. *E-Commerce Prilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Edited by Een Kurnaisih dan Muh Rana. Cirebon: CV. ELVI PRO, 2020.
- Mustari. *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Kasus Perusahaan Jasa)*. Gowa: PustakaTamanIlmu,2019.<http://webadminipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/154342/>.
- Noor, Fauzian, Woro Utari, and Nugroho Mardi W. “Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)” 4, no. 4 (2020): 581–594.
- Nora, Liza, and Nurul S Minarti. “The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude as Determinant Purchase Intention.” In *Proceeding the 2nd International Multidisciplinary Conference*, 135–148, 2016.
- Setiadi, Nugrohi J. *Prilaku Konsumen*. 1st ed. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2013.
- Nugroho, Aristia Rosiani, and Angela Irena. “The Impact of Marketing Mix, Consumer’s Characteristics, and Psychological Factors to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya.” *iBuss Management* 5, no. 1 (2017): 55–69.
- 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.
- Nurlita T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Anna Yulianti. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Nurmawati. *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Edited by Amirullah. 1st ed. Malang: Media Nusa Creative, 2018.

- <http://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/197233>.
- Pati, Badan Pusat Statistik Kabupaten. *Profil Gender Kabupaten Pati*. pati: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pati, 2020.
- Pati, Pemerintah Kabupaten. “Letak Geografis.” Last modified 2018. Accessed January 12, 2023. <https://www.patikab.go.id/v2/id/kondisi-geografis/>.
- Kotler, philip, Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. London: Pearson Education, 2016.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- PUJI, PUJI MUNIARTY, Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, and Tri Wahyuni. “Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 14, no. 1 (2021): 91–102.
- Purwanto, Elisa Dewi Pakan dan Sugeng. “PENGARUH BEAUTY INFLUENCER DAN KUALITAS PRODUK FACIAL WASH GARNIER DI SURABAYA.” *Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 3 (2022): 764–772.
- Rachmawati, Anita, Any Agus Kana, and Yunita Anggarini. “Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab Di Nadiraa Hijab Yogyakarta.” *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN* 1, no. 2 (2020): 187–200.
- Rachmawati, Dewi. “Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z Di Dunia Kerja).” *Proceeding Indonesia Career Center Network IV* (2019): 21–24.
- Rahmawati, Anita. Fitri, Ziana. “Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup Dan Media Sosial Marketing Erhadap Minat Beli Produk Moslem Fahion Di Butik Icha Collection Kalinyamatan Jepara.” *Bulletin of Management Business* 2, no. 2 (2021): 137–150.
- Rahmawati. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.
- Rahmawaty, Anita, and Ita Rakhmawati. “Repurchase Intention of Halal Cosmetic Product Among Muslim Consumers: The Roles of Islamic Branding, Halal Awareness, and Trust.” *Iqtishadia* 15, no. 1 (2022): 1.
- Ramdhani, Neila. “Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior.” *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2016): 55–69. <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/11557>.

- RI, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, 2019.
- Rizaty, Monavia Ayu. "Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022." *DataIndonesia.Id*. Last modified 2023. Accessed June 19, 2023. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.
- Rizky, Muhammad, Irza Fachruddin, Program Studi, Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya, Program Studi, Ekonomi Islam, and Universitas Negeri Surabaya. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya." *Jurnal ekonomika dan Bisnis Islam* 5 (2022): 78–88.
- Rohmawati, Hanung Sito. "Busana Muslimah Dan Dinamikanya Di Indonesia." *Aqlam: Journal of Islam and Plurality* 5, no. 1 (2020): 96–115.
- Fauzan, Rusydi, Kurroti A'yun, Decky Hendarsyah, Dkk. *Islamic Marketing*. Edited by Diana Purnama Sari. 1st ed. Padang: PT Global Eksekutif Tehnologi, 2022.
- Santoso, G., and A. Triwijayati. "Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Indonesia." *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen* 11, no. 3 (2018): 231–242.
- Santoso, Joko Bagio. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 01 (2019): 127–146.
- Saputra, Setiawan Tri, Hidayat Kadarisman, and Sunarti. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone." *Jurnal Administrasi Bisnis* 50, no. 6 (2017): 85–95.
- Sari, Saidah Putri. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (2020): 147.
- Sari, Siska Permata. "Indonesia Target Jadi Pusat Fashion Muslim, Tren Busana Syar'i Berkembang." *I News*. Last modified 2022. Accessed January 12, 2023. <https://www.inews.id/lifestyle/muslim/indonesia-target-jadi-pusat-fashion-muslim-tren-busana-syari-berkembang>.
- Satriadi dkk. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Moh Suardi. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada

- Media, 2017.
- Riyanto, Slamet dan Aglis andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Edited by Apri Nuryanto. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Putri, Tanama, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Tantri, Thamrin Abdullah dan Francis. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Trihastuti, Aselina Endang. *Manajemen Pemasaran Plus-Plus*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021. <http://webadminipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/177733/>.
- Utamanyu, Rani Apsari, and Rini Darmastuti. "BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan Di Online Shop Beauty by ASAME)." *Scriptura* 12, no. 1 (2022): 58–71.
- Raturadang, Vigrita E, Joyce Lapijan dan Yunita Mandagie. "Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 2 (2022): 620.
- Wahyudi, Agustinus Dwi Kristianto dan Triyono Arief. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* 2 (2019): 109.
- Widokarti, Joko Rizkie, and Donni Juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. 1st ed. Bandung: CV Pustaka Setia, 2019.
- Wijaya, Andreas. *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*. Yogyakarta: Innosain, 2019.
- Wijaya, Bernard T. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: Gramedia, 2009. <http://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publication/books/6101/>.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, Wan Edura Wan Rashid, Norafifa Mohd Ariffin, and Norhidayah Mohd Rashid. "Muslim's Purchase

Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130, no. December 2015 (2014): 145–154.

Zainurossalamia, Saida. *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi*. 1st ed. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020.

"Minat." <https://kbbi.web.id/minat.html>.

"Generasi Z" https://p2k.stekom.ac.id/enslikopedia/Generasi_Z

