

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Elang Dimas, M. Edo Suryawan Siregar, and Dewi Agustin Pratama Sari. “Measuring Purchase Decision Tendencies of Jakarta Special Region E-Commerce Consumer.” *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (November 17, 2022): 19–32. <https://doi.org/10.21009/JDMB.06.1.2>.
- Akbar Dwi Nurrasyid and Sumainah Fauziah. “Peran Inspiratif Elzatta Hijab Dalam Mendorong Peningkatan Penggunaan Busana Muslim Di Kota Bandung.” *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)* Vol.2, No.4 Agustus 2023 (2023). <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.741>.
- Al Karimah, Fida Lu’luk, Nurdin Nurdin, and Widya Hestiningtyas. “The Effect of Social Influence on Students’ Purchase Decision at Marketplace of Shopee.” *Journal of Economics Education and Entrepreneurship* 3, no. 1 (April 3, 2022): 65. <https://doi.org/10.20527/jee.v3i1.4309>.
- Alverina, Devita, and Rinaldi Syarif. “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta.” *IKRAITH-EKONOMIKA* 6, no. 2 (October 31, 2022): 113–112. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2342>.
- Amalia, Ficky, and Ni Nyoman Yulianthini. “Pengaruh Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak Di Banyuwangi” 4, no. 2 (2022).
- Amilin, M Khoirul, and Agus Eko Sujianto. “Pengaruh Islamic Branding, Islamic Advertising dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Konveksi Helmi Busana Muslim Tulungagung,” n.d.
- Catri Wirya Pranata1, Sherlly, Vincent, and Andre Fitriano. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian” 23 (2) (2021).
- Danang Sunyoto. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2013.
- Dessyaningrum, Cici. “Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Situs Shopee,” no. 3 (2020).
- Doddy Adhimursandi, Rahmawati Rahmawati, and Gusti Noorlitaria Achmad. “The Role Of Brand Image and Social Media Marketing On Wardah Skincare Product Purchasing Decisions.”

- International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHES)* 3, no. 4 (February 26, 2024). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v3i4.907>.
- Duwi Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data Denga SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Fandy Tjiptono. *Mewujudkan Layanan Prima, Service Management, Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Hadari Nawawi and Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.
- Hanjaya, Billy Surya, Bayu Setyo Budihardjo, and Catharina Aprilia Hellyani. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM,” n.d.
- Hidayat, Muhamad Syahrir. “pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen coffee shop di kota gresik.” *Performa* 6, no. 4 (December 16, 2021): 360–69. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>.
- Icek Ajzen. “*The Theory of Planned Behavior*,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50. no. 2, 1991.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Irawan Soehartono. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penenlitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Reamaja Rosdakarya, 2002.
- Jayanti, Ratna Dwi. “Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang).” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (April 1, 2015). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>.
- Juli, Elisabet Krida. “Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19.” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 3, no. 1 (June 14, 2022): 1–13. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1083>.
- Khoiriana and Supartono. “Pengaruh Harga, Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pengguna Jilbab Elzatta Di Cikarang,” n.d.
- Mambu, Trifena Revangelista, Johny R E Tampi, and Danny D S Mukuan. “Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap

- Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano” 2, no. 1 (2021).
- Mohammad Pambudi ary Wicaksono and Ni Ketut Seminari. “Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka,” 5.8, 2016.
- Muhammad Reza Hariedhi Dwiputranto. “Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Love Dan Brand Loyalty Padapengguna Mobil Honda Jazz Di Kota Pekanbaru” Vol. 4 No. 1 (2017).
- Mutiara Dini, Ananda, and Agus Abdurrahman. “The Influence of Social Media Marketing on Purchasing Decisions Is Influenced by Brand Awareness in Avoskin Beauty Products.” *International Journal of Science, Technology & Management* 4, no. 4 (July 31, 2023): 1009–14. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i4.891>.
- Narwiah, Nalem, Langgeng Sri Handayani, and Prodi Manajemen. “Pengaruh kecintaan merek (brand love), kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian tas elizabeth.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2021.
- Ni Made Puspita Dewi, I Gusti Ayu Imbayani, and Pande Ketut Ribek. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar” Volume 2, Nomor 3 (2021).
- Nilowardono, Sengguruh. “The Role of Brand Love in the Influence of Online Shopping Website Quality and Brand Experience on Costumer Loyalty.” *International Journal of Social Science and Business* 6, no. 4 (November 10, 2022): 585–93. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i4.45787>.
- Nurlina T. Muhyiddin, M Irfan Tarmizi, and Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat, 2023.
- Nursiti, Nursiti, and Aprillia Giovenna. “Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo.” *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (June 15, 2022). <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i1.841>.
- Octavia, Azalia Calvina. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 5, no. 2 (May 29, 2021): 709. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2452>.
- Pasharibu, Yusepaldo, Jessica Aprilia Soerijanto, and Ferry Jie. “Intention to Buy, Interactive Marketing, and Online Purchase Decisions.”

- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 23, no. 2 (October 16, 2020): 339–56. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.3398>.
- Philip and Gery Amstrong Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Pradana, Dedhy, Syarifah Hudayah, and Rahmawati Rahmawati. “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor.” *KINERJA* 14, no. 1 (January 9, 2018): 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>.
- Priyatna, Inayah Kamilah, Marsudi Marsudi, and Erna Retna Rahadjeng. “The Effect of Service Quality and Price on Purchasing Decision of Telkomsel Internet Services In Indonesia.” *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)* 3, no. 01 (March 31, 2023): 60–69. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i01.25454>.
- Purba, Martin, Ade Parlaungan Nasution, and Aziddin Harahap. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi.” *remik* 7, no. 2 (April 20, 2023): 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Syarif Hidayatullah, Fenia Nuryanti, and Maulidia Wulan. “The Effect Of Consumer Confidence On The Relationship Between Ease Of Use And Quality Of Information On Online Purchasing Decisions” 9, no. 04 (2020).
- Sofiyon Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manuail Dan Aplkasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tedi Priatna. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Insan Mandiri, 2017.
- Tiara, Salma Ananda, and Raya Sulistyowati. “Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1 (September 18, 2021): 1583–90. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1583-1590>.
- Widiyanti, Wiwik. “Analisis Brand equity Produk Fashion Hijab Merek Elzatta.” *Jurnal Perspektif* 19, no. 1 (February 14, 2021): 73–82. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9824>.
- Zd, Murtaza. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Kopi Spesial Arabica UD. Kupa Pantan Raya Kabupaten Aceh Tengah.” 05, no. 3 (2022).

Zulfiqar Ali Jumani and Kamran Siddiqui. "Bases of Islamic Branding in Pakistan: Perceptions or Believes," 3.9, 2012.

