

DAFTAR PUSTAKA

- “Seri Adab Islam 13: Adab-Adab Berpakaian dan Berhias Bag.1”. binbaz.or.id. 3 Juni, 2020. <https://binbaz.or.id/seri-adab-islam-13-aadab-adab-berpakaian-dan-berhias-bag-1/>
- “Quran Surat Al-Ahzab Ayat 59”. tafsir web. diakses pada 6 Oktober, 2020. <https://tafsirweb.com/7671-quran-surat-al-ahzab-ayat-59.html>
- “Toko Busana Muslim di Kudus,” Kudus Lokanesia, diakses pada 21 Desember, 2019, <https://kudus.lokonesia.com/tag/toko-busana-muslim-di-kudus/>.
- “Trend Busana Muslim Bangkitkan Industri Fashion Indonesia,” INSIDE(X)S.M.L, 24 Desember 2019, <https://xsmfashion.com/tab/695/trend-busana-muslim-bangkitkan-industri-fashion-indonesia->.
- Abda, Nabilatul dan Endang Sutrisna. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru,” *Jurnal JOM FISIP*, Vol. 5, Ed. II, (2018): 7.
- Algifari. *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000
- Alim, Shilacul Alfinul, M Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhai, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 62 No. 1 (2018): 130.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Amalia, DK. “Memaknai Kehidupan yang Fana dengan Gaya Hidup Islami” Artikel, 29 Oktober, 2019. <http://mgt.unida.gontor.ac.id/memaknai-kehidupan-yang-fana-dengan-gaya-hidup-islami/>
- Amanda, Gita. “Industri Fashion Muslim Perkuat *Destination Brand Indonesia*,” (m.republika.co.id), 10 Okt 2017, <https://m.republika.co.id/amp/oxl8n2423>.
- Andi, Suyono, Putra Al Hafis, Hendri. “Pengaruh Celebrity Endorser, Kaulitas Produk, Desain Produk terhadap Minat Beli Smartphone Asus pada Mahasiswa Pelita Indonesia”

- Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 8, No. 1, (2020): 26.
- Angraini, Ariska Puspita. “Mengenal “Modest Fashion”, Tren Busana yang Menutupi Bentuk Tubuh,” (kompas.com), 20 April 2019, <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/04/20/125901520/mengenal-modest-fashion-trend-busana-yang-menutupi-bentuk-tubuh?page=all>.
- Benu, Fred L. dan Agus S. Benu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Bisma, M. Ardhya dan Aditia Sovia Pramudita, “Analisa Minat Pembelian Online Konsumen pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung”, *Jurnal Competitive*, Vol. 14, No. 2, (2019): 42.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Carrisa, Agustin Dwi dan Monika Tiarawati. “Pengaruh Desain Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha Vega”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 1, (2016): 120-121
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Ernawati, Izwerni, dan Weni Nelmira. *Tata Busana Jilid II*, (Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Dirjen Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Esa Negara, A.A Ngurah Dianta, Zainul Arifin, dan Inggang Perwangsa Nuralam, “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61, No. 2, (2018): 204-207
- Fauzan, Ahmad dan Abdul Rohman, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki,” *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol. 9, No. 2, (2019): 107.
- Fin, Redaksi. “Eskpor Produk Fashion Muslim Tembus USD9,2 Miliar,” (Fajar Indonesia Network), 15 November 2019,

- <https://fin.co.id/2019/11/15/ekspor-produk-fashion-muslim-tembus-usd92-miliar/>.
- Fitriya, Elok. “Analisis Pengaruh *Islamic Branding* terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, Vol. 2, No. 1, (2017): 34.
- Fitriyadin, Eka. “Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo),” *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 12, No. 2B, (2016) - 21 Februari (2020): <https://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/3997>
- Halim, Nico Rifanto dan Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, No. 3, (2019): 422.
- Haris, Abdul. “Ciut Nyali, Indonesia Batal Jadi Kiblat Modest Fashion Dunia 2020,” (Akurat.co), 21 Oktober 2019, <http://m.akurat.co/id-821729-read-ciut-nyali-indonesia-batal-jadi-kiblat-modest-fashion-dunia-2020>.
- Haris, Abdul. “Modest Fashion Tanah Air Masih Dianggap Seni, Bukan Jadi Kebutuhan Pakaian,” (Akurat.co), 22 Oktober 2019, <https://m.akurat.co/821813/modest-fashion-tanah-air-masih-dianggap-seni-bukan-jadi-kebutuhan-pakaian>.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Huda, Nurul dan Hardius Usman. *Teori dan Aplikasi Statistik: Pendekatan Analisis Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016..
- Immawati, Sasriah. “Pengaruh Harga, Produk, Distribusi, dan Promosi terhadap Sikap Konsumen dan Minat Beli Pengguna Mobil Honda Brio di Jabodetabek,” *Jurnal Dinamika UNT*. Vol. 3 No. 1, (2018): 78.
- Kania, Dewi. “Bisa Go Internasional, Modest Fashion Indonesia Harus Tahu Pasar,” muslim (okezone.com), 9 Mei 2019, <https://muslim.okezone.com/read/2019/05/09/617/2053714/bi-go-internasional-modest-fashion-indonesia-harus-tahu-pasar>.
- Karundeng, Nikita, Johny A.F. Kalangi, dan Olivia Walangitan. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada *Home Industri* Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan

- Amurang Barat” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 2, (2019): 85-86.
- Kasih, Selfia Ratna, Asep M. Ramdan, Acep Samsudin, “Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Instagram,” *Jurnal Ekobis Dewantara*. Vol. 3, No. 1, (2020): 54.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Lewis, Reina. *Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Faith*. London: I.B.Tauris, 2013.
- Listyarti, Indra. “Pengambilan Keputusan Investor di Pasar Modal Indonesia ditinjau dari Teori Reasoned Action”. *Journal of business and banking*, Vol. 7, No. 2, (2018): 238.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Mufreni, Alfin NF. “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha),” *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 2 No. 2, (2016): 52.
- Murtopo, Bahrn Ali. “Etika Berpakaian dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam.” *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan*. Vol. 1 No. 2, (2017): 247-250.
- Naingolan, Nora Pitri dan Heryenzus. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Membeli Rumah di Kota Batam.,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 19, No. 1, (2018): 44-45.
- Nasrullah, Muhammad. “Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 13, No. 2, (2015): 82.
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong, dan Denny Ammari Ramadhan Nasution. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee” *Jurnal Ecobisma*, Vol.7, No. 1, (2020): 44-45.

- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Novagusda, Fahrul Nizar dan Deriawan. “Pengaruh Pemberian Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Multivitamin terhadap Minat Pembelian Konsumen dengan Tingkat Kepercayaan sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Produk Redoxon di Jabodetabek)”. *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 3, (2019): 355.
- Otieno, Odoyo Collins, Samuel Liyala, Benson Charles Odongo, Silvanice Abeka, “Theory of Reasoned Action as an Underpinning to Technological Innovation Adoption Studies,” *World Journal of Computer Application and Technology*, Vol. 4, No. 1, (2016): 1.
- Parmariza, Yennida dan Septiani Juaniarti. “Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan dan Gaya Hidup yang Dianut Terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1, (2017): 4-11.
- Paul, Justin, Ashwin Modi, Jayesh Patel. “Predicting Green Product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reason Action,” *Journal of Retailing and Consumer Service*, Vol. 29, (2016): 124.
- Pratiwi, Erni Dwi. “Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan Amos 21”. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, Vol. II, No. 1, (2016): 68.
- Putri, Silmia. “Hasil Riset, Modest Fashion Indonesia Duduki Ranking 2 Sedunia,” (Wolipop), 19 November 2018. <https://m.detik.com/wolipop/hijab-update/d-4308306/hasil-riset-modest-fashion-indonesia-duduki-ranking-2-sedunia>.
- Putri, Yosie Anne. “Pengaruh Bauran Promosi dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi Serasi” *Jurnal Manajemen Startegi dan Aplikasi*, Vol. 1 No. 2, (2018): 142.
- Raven, Daniel dan Augusty Tae Ferdinand. “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian”, *Diponegoro Journal of Management*, Vol.6, No. 3, (2017): 6.

- Ryu, Kisang dan Shawn Jang. "Intention to Experience Local Cuisine In a Travel Destination: The Modified Theory of Reaction Action," *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 3, No. 4, (2006): 508-509.
- Sari, Siska Permata. "Modest Fashion Tak Sekadar Baju Tertutup, Ini Penjelasan Franka Soeria," (INews.id), 10 Mei 2019, <https://www.inews.id/amp/lifestyle/seleb/modest-fashion-tak-sekadar-baju-tertutup-ini-penjelasan-franka-soeria>
- Setiyarti, Tettie dan I Wayan Wisnu Wardhana. "Saluran Distribusi Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan sebuah Hotel," *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, Vol.1, No. 2, (2018): 43.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sulehri, Numair Ahmed dan Mansoor Ahmed. "Theory of Reasoned Action and Retail Agglomerations Buying Behavior for Urban Consumers", *The Business and Management Review*, Vol. 9, No. 2, (2017): 264.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Susanto, Aris. "Pengaruh Merek, Desain Produk, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Persebaya Store Gresik," *Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 2, (2019): 63-65.
- Sutiyem, Thesa Alif Ravelby, dan Dessy Trismiyanti. "Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Jati Jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung", *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 8, No. 2, (2019): 70.
- Tahid, Suwarno dan Yunia Dwie Nurcahyanie. *Konsep Teknologi dalam Pengembangan Produk Industri*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Tashandra, Nabilla. "Perbedaan Modest Fashion Indonesia dan Negara Lain," (Kompas.com), 21 Maret 2018, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/21/065746520/perbedaan-modest-fashion-indonesia-dan-negara-lain?page=all>.
- Tjia, Heru Sucianto, Suharno, dan M. Amin Khadafi. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Kinerja*, Vol. 14 No. 2, (2017): 94
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategi*. Yogyakarta: ANDI, 2005.

- Wahyuni, Tri. “Beda Selera *Modest Fashion* Indonesia dan Australia,” (CNN Indonesia), 10 September 2015, <https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup-/20150910133908-277-77884/beda-selera-modest-fashion-indonesia-dan-australia>.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia, 2019
- Winosa, Yosi. “Indonesia,s Modest Fashion Businesses Hope for Ramadan Pick-up After COVID-19 Hit,” salamgateway.com. diakses pada 5 Maret 2020. <https://www.salaamgateway.com/story/indonesias-modest-fashion-businesses-hope-for-ramadan-pick-up-after-covid-19-hit>
- Wiryanthy, Noverita dan Singgih Santoso. “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label”. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 2, No. 1, (2019): 93.
- Yanti, Asih Fitri, Fakhurrizi Abbas, dan Moch Syaui. “Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Penjualan Teh Poci”, *Jurnal Humaniora*, Vol. 3, No. 1, (2019): 75-76.
- Yusnidar, Cut dan Teuku Isnaini. “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan gaya Hidup terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Cafe di Kabupaten Pidie (Studi Kasus di Cafe *Black Star* Sigli Kabupaten Pidie)”, *Jurnal Real Riset*, Vo. 2, No. 2, (2020): 120.
- Zainudin, Muhamad Izzanuddin, Faridah Haji Hasan, dan Abdul Kadir Othman, “Halal Brand Personality and Brand Loyalty Among Millennial Modest Fashion Consumers in Malaysia,” *Journal of Islamic Marketing*, (2018) - 12 Februari 2020: DOI 10.1 108/JIMA-10-2018-0187