

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Nur Istiani. "Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Blogger." *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, no. 1 (2015): 48–55.
- Alquran, Al A'raf Ayat 26, Kementerian Agama Republik Indonesia Al Qur'an Dan Terjemahannya Mushaf Al-Hilahi*. Jakarta Selatan: CV. Alfatih Berkah Cipta, Grup PT. Insan Media Pustaka, 2012.
- Alquran, Al Ahzab Ayat 53, Kementerian Agama Republik Indonesia Al Qur'an Dan Terjemahannya Mushaf Al-Hilahi*. Jakarta Selatan: CV. Alfatih Berkah Cipta, Grup PT. Insan Media Pustaka, 2012.
- Alquran, Al Ahzab Ayat 59, Kementerian Agama Republik Indonesia Al Qur'an Dan Terjemahannya Mushaf Al-Hilahi*. Jakarta Selatan: CV. Alfatih Berkah Cipta, Grup PT. Insan Media Pustaka, 2012.
- Alquran, Al Nahl Ayat 81, Kementerian Agama Republik Indonesia Al Qur'an Dan Terjemahannya Mushaf Al-Hilahi*. Jakarta Selatan: CV. Alfatih Berkah Cipta, Grup PT. Insan Media Pustaka, 2012.
- Alquran, An Nuur Ayat 31, Kementerian Agama Republik Indonesia Al Qur'an Dan Terjemahannya Mushaf Al-Hilahi*. Jakarta Selatan: CV. Alfatih Berkah Cipta, Grup PT. Insan Media Pustaka, 2012.
- Andrew, Muhammad. "E-Service Quality Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality Dan Citra Merek Shopee." *JURNAL SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS* III, no. 1 (2019): 23–38. <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>.
- Anggit Yoebrilianti. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Studi Konsumen Pada Jejaring Sosial)." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2018): 20–41.
- Ariska, Iis, and Budi Trianto. "Analisa Trend Fashion Pakaian Muslimah Terhadap Keputusan Dalam Membeli Produk Di Toko Zoya Pekanbaru." *Jurnal Al-Amwal* 8, no. 2 (2019): 181–97.
- Bambang Suryadi Dan Bahrul Hayat. *Religiusitas Konsep, Pengukuran Dan Implementasi Di Indonesia*. Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021.

- Dahmiri. “Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli.” *KINERJA* 17, no. 2 (2020): 194–201. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>.
- Darma Wijaya. “Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.” *Perspektif XV*, no. 2 (2017): 79–88.
- Debry Ch A Lintong. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Manado (Studi Pada Mahasiswa).” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi* 5, no. 3 (2018): 169–78.
- Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, and Aniesa Samira Bafadhal. “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 66, no. 1 (2019): 37–46. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Didin Fatihudin. *Metode Penelitian: Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Eka Sri Apriliana. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar’i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin).” *AL IQTISHADIAH Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2019): 10–30.
- Fauzi, Ahmad. “Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam Pendahuluan.” *IQTISHODIA Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2016): 41–58.
- Fauziah. “Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop ‘Shophe’ Dalam Meningkatkan Penjualan.” *JURNAL ABIWARA* 1, no. 2 (2020): 45–53. <http://ojs.stiami.ac.id>.
- Fitriansyah, Fifit, and Aryadillah. “Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online.” *CAKRAWALA Jurnal Humaniera Bina Sarana Informatika* 20, no. 2 (2020): 111–17. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i2>.
- Hamidah, Nikmatul. “Pengaruh In-Store Shopping Environment Dan Positive Emotion Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Elzatta Di Ruko Sentra Tropodo Sidoarjo.” *Journal Of Economics*

II, no. 1 (2017): 45–57.

Handayani, Asri, Heru Aulia Azman, and Ismail Ismail. “Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable.” *EKONOMIKA SYARIAH: Journal Of Economic Studies* 3, no. 1 (2019): 0–19.

Hendri Ma’ruf. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Herman, Lalu Edy, and Handry Sudiarta Athar. “Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual.” *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)* V, no. 2 (2018): 147–55. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>.

Hikmawati, Abdul Salam, and Reza Muhammad Rizqi. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Online Shopping (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan 2018 Yang Melakukan Pembelian Di Shopee).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2019): 1–7. <http://jurnal.uts.ac.id>.

Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

Irawan, Alfian Dally, and Aswin Dewanto Hadisumarto. “Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, Dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram.” *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia* 43, no. 1 (2018): 44–58.

Irawan, Vierri, Bernadin Dwi M, and Jenji Gunaedi Argo. “Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk Point Coffee Indomaret.” In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1:308–22, 2020.

Isa, Muhammad, H. Aswadi Lubis, and Ilma Sari Lubis. “Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan.” *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 1–15. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.123>.

- Juliyansi, Masytoh Fitri, and Bethani Suryawardani. "Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Customer Bonding Terhadap Purchase Intention Pada Tunas Daihatsu Soekarno-Hatta Bandung IN 2019." *E-Proceeding of Applied Science* 5, no. 2 (2019): 836–46.
- Kamaluddin, and Muhajirin. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)." *AKRAB JUARA* 3, no. 3 (2018): 113–22.
- Kurniasari, Meatry, and Agung Budiarmo. "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang." *Jurnal Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (2018): 25–31.
- Malcolm Barnard. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasi Identitas Sosial, Seksual, Kelas, Dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Maria Magdalena Bate'e. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2019): 313–24.
- Marlena, and Evi Megawati. "Analisis Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online." *JURNAL BENEFIT* 7, no. 2 (2020): 103–14.
- Maulani, Lissa Suciati, and Brillyanes Sanawiri. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Purchase Decision (Survei Online Pada Followers Aktif Instagram Dan Facebook Vauza Tamma Hijab)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 72, no. 2 (2019): 148–56. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Melda Hidayanti, Saputri, and Kamila Windyani Putri. "Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim." In *Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018 Politeknik Negeri Banjarmasin*, 303–13, 2018.
- Miatun, Sumbu Latim, and Lukman Santoso. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2020): 113–20. <https://doi.org/doi/10.36407/serambi.v2i2.181>.

- Miranda, Sofia. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.” *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017): 1–15.
- Nainggolan, Nora Pitri, and Heryenzus. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 19, no. 1 (2018): 41–54. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1772>.
- Nisa, Khairun, and Rudianto. “Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan.” *Interaksi* 1, no. 1 (2017): 105–17.
- Nora, Liza, and Nurul S. Minarti. “The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude as Determinant Purchase Intention.” In *Proceedings The 2nd International Multidisciplinary Conference 2016 November 15th, 2016, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia*, 135–48, 2016.
- Patria Laksamana. “Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia ’ s Banking Industry.” *International Review of Management and Marketing* 8, no. 1 (2018): 13–18. <http://www.econjournals.com>.
- Putra, I Dewa Putu Gede Wijaya, and Made Dona Wahyu Aristana. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar).” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9 11 (2020): 1035–44.
- Putri, Alvi Zumaroh, and Ita Rifiani Permatasari. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moslem Fahion Di Elzatta Kawi Malang.” *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2018): 225–29.
- Rahma, Novia. “Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Di Perumahan Mega Regency Blok H RT 01-05 RW 09 Desa Sukasari, Serang Baru Bekasi.” *Al Fatih Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2019): 93–100.

- Rima Sartika Ulfa. “Upaya IFC (Indonesian Fashion Chamber) Dalam Mewujudkan Indonesia Sebagai ‘The Fashion Muslim Center Of The World 2025.’” *JOM FISIP* 6, no. 1 (2019): 1–15.
- Rohmatun, Karina Indah, and Citra Kusuma Dewi. “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap.” *Jurnal Ecodemica* 1, no. 1 (2017): 27–35.
- Rumbiati, and Heriyana. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Dalam Berbelanja Online.” *JAMB Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1 (2020): 57–65.
- Sari, Dian Novita, Achmad Fauzi DH, and Lusy Deasyana Rahma Devita. “Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 60, no. 1 (2018): 82–89. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (2017): 4043–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>.
- Sri Anafarhanah. “Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis Dan Dakwah.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 18, no. 1 (2019): 81–90.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 1999.
- . *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. 2015: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- Sukardi, Reza Riski Nur Ikhsan dan. “Pengaruh Religiusitas , Sikap , Norma Subjektif , Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 11, no. 01 (2020): 49–55.

- Sukmaningrum, Swastinitya, and Mudji Rahardjo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior (Studi Pada Mahasiswa Pelaku Wirausaha Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro).” *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* 6, no. 3 (2017): 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Sulis Riptiono. “Pengaruh Islamic Religiosity Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Trend Busana Muslim : An Extended of Theory of Reason Action.” *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika* 6, no. 2 (2018): 1–8.
- Syafrida Hafni Sahir, Atika Ramdhani, and Eka Dewi Setiaa Tarigan. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.” *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 1–15.
- Syahridawaty. “Fenomena Fashion Hijab Dan Niqab Perspektif Tafsir Maqasidi.” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 22, no. 2 (2020): 135–50. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/substantia>.
- Syaiful Bahri Djamar. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2020.
- Tegar Pangesti Mahardika. “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 16, no. 2 (2019): 83–93.
- Ujung Sumawwan, Ahmad Fauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, Wahyu Nugroho. *Riset Pemasaran Dan Konsumen: Panduan Riset Dan Kajian, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, Dan Persepsi Risiko*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018.
- Visca Mirza Vristiyana. “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan).” *EKOBIS* 20, no. 1 (2019): 85–100.

Yuza, Mendri Nofita, and Elfitri Yuza. “Analisis Instruksi Walikota Padang No.451.422/Binsos-Iii/2005 Dalam Perspektif Fiqh Siyasah.” *J A H Jurnal Analisis Hukum* 1, no. 1 (2020): 13–18. <http://ejournal.undhari.ac.id/index.php/jah>.

