

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim. “Pengaruh *Content Marketing*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, dan *Advertising* terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin”. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2019): 43.
- Adi, Fajarwati Kusuma. “Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHP Perdata”. *Jurnal Studi Islam dan Sosial* 2, no. 1 (2021): 96.
- Aditya Setyawan, Dodiet. *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Sukoharjo: CV. Tahta Media Group, 2021.
- Agatha, Cynthia. Dkk. “Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado”. *Jurnal EMBA* 7, no. 1 (2019): 131.
- Akbar, Akhmad Fauzi dan Nina Maharani. “Pengaruh *Content Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada Jasa Kreatif Yours Bandung”. *Jurnal Manajemen* 4, no. 2 (2018): 1309.
- Ansah, Ardi. “Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2017): 182-183.
- Apriansyah, Roky. Dkk. “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pepsodent pada Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan STIE Indragiri Rengat”. *Jurnal Manajemen dan Sains* 6, no. 2 (2021): 357.
- Aprianti, Fani. Dkk. “Tinjauan Pemasaran Islam terhadap Brand Image Elzatta”. *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019): 22.
- Arifah, Nurul. “Pengaruh Iklan Online dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen CV. Qumi Label”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5, no. 6 (2021): 508.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Debika Amalia, Chairina. “Pengaruh *Content Marketing* di Instagram *Stories @lcheesefactory* terhadap Minat Beli Konsumen”. *JOM FISIP* 7, no. 1 (2020): 4.
- Dumadi. Dkk. “Pengaruh *Brand Image* dan Harga Tiket Terhadap Minat Pengunjung Wisata Pulau Cemara Brebes”. *Jurnal Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 16, no. 2 (2021): 411.
- Febrian, Ferdhy. *The Power of Selling*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategi*. Pasuruan: Qiara Media, 2019.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hardani. Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/28/ekspor-industri-pakaian-jadi-indonesia-tumbuh-1959-periode-januari-november-2021>, diakses penulis pada tanggal 28-01-2022 pada pukul 15.50 WIB.
- [https://www.google.co.id/books/edition/HIPOTESIS\\_dan\\_VARIA\\_BEL\\_PENELITIAN/HjNAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Hipo+tesis+dan+Variabel+Penelitian&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/HIPOTESIS_dan_VARIA_BEL_PENELITIAN/HjNAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Hipo+tesis+dan+Variabel+Penelitian&printsec=frontcover)
- [https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku\\_Konsumen\\_Di\\_Era\\_Digital/XvsAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Perilaku+Konsumen+di+Era+Digital&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_Di_Era_Digital/XvsAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Perilaku+Konsumen+di+Era+Digital&printsec=frontcover)
- [https://www.google.co.id/books/edition/The\\_Power\\_of\\_Selling/yH6W0eAr4D8C?hl=id&gbpv=1&dq=The+Power+of+Selling&pg=PR11&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/The_Power_of_Selling/yH6W0eAr4D8C?hl=id&gbpv=1&dq=The+Power+of+Selling&pg=PR11&printsec=frontcover)
- [https://www.google.co.id/books/edition/WANTED\\_PROSPECTIVE\\_SUCCESSFUL\\_ENTREPRENEUR/f4-wDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Wanted!!!+Prospective+Successful+Entrepreneurs+Only!,&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/WANTED_PROSPECTIVE_SUCCESSFUL_ENTREPRENEUR/f4-wDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Wanted!!!+Prospective+Successful+Entrepreneurs+Only!,&printsec=frontcover)
- Irvanto, Ogy dan Sujana. “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 108-109 dan 123.
- Juni Priansa, Donni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Kartiko Widi, Restu. *Menggelorakan Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya Edisi Keluarga*. Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2013.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013.
- Nikmah, Faizatun. Wawancara oleh Wiwit Hidayah. 24 Januari 2022. Wawancara transkrip.
- Pawenang, Suparwi. *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*. Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA, 2016.
- Prasetya Handani, Rizky dan Fudianto. *Wanted!!! Prospective Successful Entrepreneurs Only!*. Jakarta: One Peach Media, 2019.

- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014.
- Purwanto, Yunita dan Wilma Laura Sahetapy. “Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Endorser* terhadap *Purchase Intention* pada *Brand Skincare Somethinc*”. *AGORA* 10, no. 1 (2022): 2 dan 5.
- Puspitasari, Puspa. Dkk. “Pengaruh *Content Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Konsumen Thirteenth Shoes Bandung)”. *Porsiding Manajemen* 3, no. 1 (2017): 117.
- Ramayana Munthe, Meysi. Dkk. “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow di Kota Medan”. *Jurnal Teknovasi* 8, no. 2 (2021): 102.
- Reven, Daniel, dan Augusty Tae Ferdinand. “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian”. *Diponegoro Journal Of Management* 6, no. 3 (2017): 2.
- Salfina, Lili. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman”. *Jurnal Indovisi* 1, no. 1 (2018): 99.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2014).
- Sarah, Siti. Dkk. “Pengaruh *Fashion Lifestyle, Design, dan Selebrity Endorser* terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada UMKM Cibaduyut, Bandung)”. *Jurnal Indonesia Membangun* 18, no. 3 (2019): 63-64 dan 73.
- Sari, Saidah Putri. “Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen”. *Psikoborneo* 8, no. 1 (2020): 150-151.
- Sari, Yuli Ratna. Dkk. “Pengaruh Harga, *Brand Image, dan Celebrity Endorser* Enzy Stroria terhadap Minat Beli Produk Erigo”. *Business and Entrepreneurship Journal* 3, no. 1 (2022): 1, 3, dan 7.
- Siti Chotifah, Yuliana. “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling”. *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no.1 (2018): 66.
- Sudarsono. “Pengaruh *Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks* terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian secara Online di Indonesia”. *Senorita* 1, no. 1 (2020): 291.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta, 2019.

- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019.
- Susanto, Aris. “Pengaruh Merek, Desain Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Persebaya Store Gresik”. *Jurnal Riset Entrepreneurship* 2, no.2 (2019): 65.
- Syofrianisda. “Karakteristik Pakaian Muslimah dalam Tinjauan Al-Qur’an dan Hadis”. *Jurnal Istinarah* 2, no. 1 (2020): 94-95.
- Triapnita Nainggolan, Nana. Dkk. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Wahyudi, Soegeng. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Niat Beli Apartemen di Jakarta”. *JIMEA* 5, no. 3 (2021): 5.
- Wikrama Tungga A, Ananta. Dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

