

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). 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*, 62(1), 127–134.
- Amalia, S., & Osmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anafarhanah, S. (2019). Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis Dan Dakwah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 18(1), 81–90. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v18i1.2999>
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ecodemica*, 2(2), 181–190.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Ansharullah. (2019). *Pakaian Muslimah Dalam Perspektif Hadis dan Hukum Islam*. 17, 65–86.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan*. 5, 124–143.

- Aromatika, N. W. F. E., Arizal, A., Andayono, T., & Inra, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Lulusan Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Jurusan Teknik Sipil Ft-Unp Terhadap Profesi Guru Cived Issn 2302-3341. *CIVED Jurusan Teknik Sipil*, 5(2), 2235–2242.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>
- Bahri, S., & Herlina. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Manajemen Dan Bisnis*, 1(September), 17.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. Retrieved from <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Center, industry halal L. (2020). *Ekonomi Islam Global Laporan 2020/21*.
- Erdiansyah. (2016). Pengaruh Disiplin Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Cv Patakaran Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 1(1), 93. <https://doi.org/10.35908/jeg.v1i1.88>
- Fauzi, A. (2016). Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 41–58. Retrieved from <http://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/download/56/61>
- Fauziah, A. N. (2020). *Pengaruh Brand Image , Brand Trust , Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1),

37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>

Febtriko, A., & Puspitasari, I. (2018). *Mengukur Kreatifitas dan Kualitas Pemrograman Pada Siswa SMK Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot*. 3(1), 1–9.

Fitrianingsih, D., & Budiansyah, Y. (2019). Pengaruh Current Rasio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Di Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 12(1), 144–167. <https://doi.org/10.35448/jrat.v12i1.5347>

Forecasting, T. (2017). Greyzone. *Indonesia Trend Forecasting*. Retrieved from https://www.academia.edu/38385211/greyzone_modest_pdf

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). *Dasar - Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2015). *Dasar - Dasar Ekonometrika* (5th ed.). Salemba Empat.

Habibah, U., & Sumiati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48.

Hafni, N. D. (2016). Fenomena Jilboobs Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Studi Keislaman*, 6(September), 195–208.

Handayani, I. (2019). Konsep Bimbingan dan Konseling Pribadi-Sosial dalam Pengembangan Positive Mental Attitude Generasi Z. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(1), 51–63. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i1.1283>

Hassan, S. H., & Harun, H. (2016). Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), 476–494. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2014-0064>

Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73.

- Hidayanti, M., Saputri, & Putri, K. W. (2018). Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim. *Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018*, 303–313.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *Snast*, (November), 211–216.
- kompasiana. (2019). Data Penjualan Busana Muslim Indonesia. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/klikpintar31/5caf2b39cc52831abc60e232/data-penjualan-busana-muslim-indonesia>
- Kusmidi, H. (2016). Konsep Batasan Aurat Dan Busana Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam. *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Tafsir Hadis*, 5(2), 97–106. Retrieved from <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/elafkar/article/view/1136>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro kecil Dan Menengah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193. Retrieved from <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>
- Murtopo, B. A. (2017). *Etika berpakaian dalam islam: tinjauan busana wanita sesuai ketentuan islam*. 243–251.
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe dan Bistro*. 7(2).
- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN: 2461-0593*, 5(5), 1–17.

- Nugroho, E. (2018). *Prinsip - prinsip menyusun kuesioner*. Malang.
- Pitaloka, A. F., & Widyawati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Online Shop Busana Muslim. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(7), 1–19.
- Pramesti, N. Y., & Iqbal, M. (2018). Analisis Perbedaan Antara Shopping Lifestyle Dan Status Consumption Pada Generasi X , Y , Z (Survei Tentang Hijab Fashion Pada Wanita Berhijab di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(1), 90–99.
- Pratiwi, N. K. (2017). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa Smk Kesehatan Di Kota Tangerang. *Pujangga*, 1(2), 31. <https://doi.org/10.47313/pujangga.v1i2.320>
- Prayudi, D. (2017). Pengaruh persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Waroeng Spesial Sambal di Yogyakarta. *Departement of Economics Science*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607><https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034><https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228><https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773><https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011><https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011>
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287221.
- Restuti, E. A. S. S., & Noviasari, H. (2015). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pembelian dan Kepuasan Konsumen Rabbani di Pekanbaru*. 2(2), 1–12. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID-analisis-dampak-pemekaran-daerah-ditinja.pdf>
- Rohmawati, H. S. (2020). Busana Muslimah dan Dinamiknya di Indonesia. *Jurnal Aqlam-Journal of Islam and Plurality*, 5(1), 96–115.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan

Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(iii), 83–104. Retrieved from <http://journal.dosenindonesia.org>

Salim HR, A., Masnan, S., & Mardiah. (2020). Analisis Motivasi Konsumen Dalam Proses Keputusan Pembelian Busana Syar'I Terhadap Mahasiswa Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi. *Profitability*, 4(1), 13–22.

Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.

Saputra, I. A. G., Soewarno, N., & Isnalita. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z pada kegiatan bisnis berbasis E-commerce. *Journal of Research and Application: Accounting and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.18382/jraam.v4i1.003>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.

Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>

Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.

Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184. Retrieved from <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/download/439/358>

Sumi, K., & Sularto. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabbike Di Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Dan*

Manajemen, 10(2), 652–660.

Supriyanto. (2018). *Trend Busana Muslimah dan Perilaku Keagamaan Di Kalangan Karyawati (Studi Terhadap Karyawati Pabrik Bulu Mata Di Kabupaten Purbalingga)*. (21), 327–347.

Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). *Pengaruh Brand image, Brand Ambassador, Word of mouth dan Testimony in social media terhadap keputusan pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sulthanah di kota Tegal)*. 6(Februari), 35–43. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/335075143.pdf>

Susilowati, S., & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>

Ulfa, R. S. (2019). Upaya IFC (Indonesian Fashion Chamber) dalam Mewujudkan Indoensia sebagai The Fashion Muslim Center of The World. *Jom Fisip*, 6(1), 1–15.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.

Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Kembali Di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 127. <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2337>

Wijoyo, hadion, Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40

Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label*. 2(4 (66)), 87–96.

Yana, R. dwi, Suharyono, & Abdilah, Y. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap

Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85795.

Zainudin, M. I., Hasan, F. H., & Othman, A. K. (2019). *Halal brand personality and brand loyalty among millennial modest fashion consumers in Malaysia*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0187>

Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal EMA*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.33>