

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. 2015. *Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2020). *Pengaruh brand awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian*. Sumber, 2, 5-532.
- Anastasia, R. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jambu Air (Syszygium Samarangese Aqueum) di Pasar Modern Kawasan Semarang Tengah* (Doctoral dissertation, Progam Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian).
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Australian 7th Edition) (7 ed.)*. Melbourne: Pearson Australia.
- BPS (2018). *Profil generasi Milenial Indonesia*: kemenpppa
- Dihni (2022) Survei: *Anggaran Belanja Fesyen Pria Lebih Mahal ketimbang Perempuan*. Dikutip dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/16/survei-anggaran-belanja-fesyen-pria-lebih-mahal-ketimbang-perempuan>. Pada tanggal 18 November 2022 pukul 15.40 WIB
- DSIT (2021). *3 Alasan Mengapa SEO Penting Untuk Website* Dikutip dari : <https://unida.ac.id/teknologi/artikel/3-alasan-mengapa-seo-penting-untuk-website.html>. Pada tanggal 19 Septedharmamber 2022 pukul 22.40 WIB.
- Echdar Saban, 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Fadlan Auliya, . (2021) *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Acer*. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Qiara Media
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (7th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haro, A. (2020, June). *Are Zoya Muslim Fashion Products as Halal Lifestyle in Consumer Purchase Decision?*. In 23rd Asian Forum of Business Education (AFBE 2019) (pp. 201-204). Atlantis Press.

- Hasibuan, y. Y. (2022). *Strategi komunikasi bisnis “samase” dalam membangun brand di kota medan (doctoral dissertation)*
- Helmi, A. (2017). *Pembagian Peran Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Keluarga*.
- <https://www.google.com/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G (2021). *Principles of Marketing Global Edition 18th Edition*. London: Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition (17th ed.)*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management (4th European ed.)*. Harlow: Pearson Education
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Pandiva Buku*.
- Kusnandar (2022). *Sebanyak 86,93% Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 31 Desember 2021* Dikutip dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021>. Pada tanggal 19 Septedharmamber 2022 pukul 21.40 WIB.
- Nasution, P. (2022). *Pengaruh Religiusitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Rabbani di Dumai Kota*. JURNAL TAMADDUN UMMAH, 2(1), 36-49.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup*. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), 1(1).
- Riduwan, & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Riyanto S (2021) *Mengenal Karakter Generasi / Dominasi Gen X, Z dan Milenial Dalam Komposisi Penduduk DIY*. Dikutip dari : <https://karangsari-kulonprogo.desa.id/index.php/artikel/2021/6/15/mengenal-karakter-generasi-dominasi-gen-x-z-dan-milenial-dalam-komposisi-penduduk-diy> . Pada tanggal 25 November 2022 pukul 13.30 WIB
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*.

Deeppublish.

- Romadon, Yusuf, Srikandi, K., dan Yusri, A. 2014. *Pengaruh Green marketing Terhadap Brand image dan Struktur Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 15(1):1-7
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram*. Cakrawala Management Business Journal, 4(2), 847-868
- Samase.co.id (2019) *Logo-Samase*. Dikutip dari : <https://samase.co.id/logo-samase/>. Pada tanggal 19 November 2022 pukul 21.00 WIB
- Setiawan, S. (2020). *Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3*. Tutorial (3 ed.). PPNI Qatar
- Setyaningsih, T. (2021). *Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Shafitri, R. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian:(Survei pada Konsumen Toko QueenzaBella Fashion Ciawi Tasikmalaya)*. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 1(4), 345-348.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjanah. (2017). *Model Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS (2nd ed.)*. Malang: UB Press
- Stiawan, I. G. B. H., & Jatra, I. M. (2022). *The Role of Brand Image Mediate the Influence of Price Fairness on Purchase Decisions for Local Fashion Brand Products*. European Journal of Business and Management Research, 7(3), 114-117.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini, P. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia, Jakarta*. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 447-463.
- Tumangger, Y., Daulay, A., & Surbakti, S. B. (2022). *Pengaruh citra merek, kalitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Nibras House Mini*

- Johor di kota Medan*. BONANZA: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis dan Keuangan, 2(1), 61-66.
- Tumanggor, R., & Hidayat, R. (2018). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Indihome Di Kota Bandung Tahun 2018)*. eProceedings of Applied Science, 4(3).
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Service Marketing (3rd ed.)*. Harlow: Pearson Education.
- Zia, K., Rafidah, R., & Kurniawan, B. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).