

DAFTAR PUSTAKA

- Adhariah, A., Sudrajat, B., & Peristiwa, H. (2025). Preferensi Pembelian Kosmetik Halal Generasi Z: Peran Halal Image, Gaya Hidup, dan Media Sosial. *Al Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis Syariah*, 7(10).
- Adi, T. S., & Fitriyah, Z. (2024). The Influence Of Brand Reputation And Brand Trust On The Purchase Intention Mcdonald's In Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 1849–1856. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Adriyan, F., Azzahra, F., & Mahatmayana, I. K. M. (2024). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Beras di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(2).
- Afifah, M. N., Abizar, Sutopo, H., & Albab, U. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 09(02), 426–435. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1918>
- Afriyadi, Sosiady, M., & Nurnasrina. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Hni-Hpai di Kecamatan Bengkalis. *Jrie: Jurnal Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2).
- Ahdiat, A. (2025, January 2). *Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion*. Databoks Katadata.
- Ahmad, A., Alwie, A. F., & Kornita, S. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Country of Origin terhadap Preferensi Merek dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Smartphone Samsung di Universitas Riau Kota Pekanbaru. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 118–129.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Akbar, T. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention Produk Fashion Lokal pada Platform Instagram. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 02(01), 32–41.
- Alfian, A. Y., & Susilowati, F. D. (2025). Analisis Dampak (Boikot, Divestasi, Sanksi) Campaign Terhadap Perilaku Brand-Switching Konsumen Muslim Dari Brand Terafiliasi Israel Ke Brand Lokal. *Asy Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2).
- Alfianti, E., & Kartikasari, W. (2023). Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Hasil Belajar Pada Pembelajaran SBPD Siswa Kelas V SD Inpres 3/77 Data Kecamatan Mare Kabupaten Bone. *Jurnal PGSD Universitas Lamappapoleonro*, 1(2).
- Aminah, Az-Zahra, F., & Listiawati, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Konsumsi Gen Z. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier*, 8(12).
- Anggraini, F., & Suhaeni, S. A. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1).
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith-Ekonomika*, 4(3).

- Aradhea, N. A., Astuti, H. J., Tubastuvi, N., & Hidayah, A. (2025). Peran Keputusan Pembelian dalam Pengaruh Celebrity Endorsment dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economics and Business UBS*, 14(3), 2025.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2025). Islamic Branding dan Islamic Advertising Sebagai Faktor Penentu Minat Beli Produk Halal: Studi Empiris Pada Konsumen Muslim. *Jirk: Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(12).
- Asaro, A. K. (2025). Preferensi Konsumen Gen Z terhadap Tren Customization dalam Produk Pakaian untuk Pengembangan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 312–325. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.861>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Astuti, S., Ramli, M., & Kirana, R. C. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Pembelian Produk Fashion. *Digital Business Insights Journal*, 1(1).
- Azizah, J. (2025, November 1). *Jakarta Siap Jadi Pusat Modest Fashion Dunia Lewat JMF2026*. Idn Times.
- Bentarti, S., Haris, D. A. M., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02). <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.247>
- Bumin, Z., & Mete, B. (2024). Analysis of Consumer Preferences in Sustainable Fashion Consumption. *Journal of Innovations and Sustainability*, 8(3).
- Caroline, C., Setyaningsih, I., & Supandi, E. D. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk AMDK Pada Mahasiswa PTS X di Sleman. *Performa : Media Ilmiah Teknik Industri*, 23(1).
- Chaniagara, M. V. B., & Agustiono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Testimoni, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ma-sum. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(3).
- Damayanti, A., Makhtum, A., & Maadi, A. S. (2025). Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga, dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific pada Kalangan Gen Z di Kabupaten Bangkalan . *Al Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis Syariah*, 7(7).
- Daniati, N. S., Priyatno, A., & Muhdiyati, I. (2024). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Moralitas Pada Era Digitalisasi di SDN Caringin 02. *Karimah Tauhid*, 3(4).
- Dewi, L. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Produk Organik di Supermarket Kota Denpasar. *DwijenAGRO*, 14(2).
- Diano, A. G., Lacandula, J., Veturanza, A. R. A., Torre, M. J. A. Dela, Batican, E. Z., Pena, R. M. E., & Pondang, K. A. (2025). The Relationship of Social Media Marketing on Consumer Buying Behavior among Accountancy,

- Business and Management Students. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*.
- Diantoro, A., Ambarwati, D., & Z, N. A. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Parkir Depan Coffee di Banjaran Kota Kediri. *Musytari*, 11(3).
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Imiah* (J. T. Santoso, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Erika, F. N., Mulyati, D. J., & Nasution, U. C. M. (2025). Pengaruh Preferensi Merek, Lifestyle dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Trend Fashion Thrift di Kalangan Generasi Z di Untag Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(2), 150–166.
- Fajri, S., Malik, D., Wahyudi, H., & Yulihardi. (2022). Pengaruh Reputasi Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik Studi Pada Masyarakat Kota Padang. *Senarsis : Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*. www.wardahbeauty.com
- Gema Bisnis. (2025). *Boikot Produk Pro Israel "Momentum Kebangkitan Brand Lokal Islami."* Gema Bisnis.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Danks, N. P., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., & Ray, S. (2021). *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Hudaya, F., & Nurmiati, E. (2024). Evaluasi Usability Aplikasi Video Conference Sebagai Media Knowledge Sharing (Studi Kasus : Aplikasi Zoom dan Google Meet . *JsiI : Jurnal Sistem Informasi*, 10(1), 68–74.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Ikhsanti, A., Syamsurizal, & Amri, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Identitas Diri terhadap Pola Konsumsi Halal Fashion. *Journal of Sharia and Law*, 2(2), 382–398.
- Inventure Knowledge. (2024). *Momentum Brand Muslim di Tengah Boikot Israel*. Consumeri.
- Irfan, M., Prasmatiwi, F. E., & Adawiyah, R. (2023). ANALISIS PREFERENSI, POLA KONSUMSI DAN PERMINTAAN TEH CELUP KONSUMEN RUMAH TANGGA DI PASAR MODERN KOTA BANDAR LAMPUNG. *AGROINFO GALUH: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 10.
- Julianto, N. P., & Indra, N. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Online di Kalangan Generasi Z pada Platform E-Commerce Shopee. *Menawan : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 186–195.
- Kadir, S. (2023). Peluang Industri Fashion Halal di Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 15(1).
- Kirana, R. C., Astuti, S., & Ramli, M. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Produk Fashion. *Digital Business Insights Journal*, 1(1), 58–67.

- Kotler, P., & Keller, L. (2021). *Marketing Management* (4th European Edition). Pearson Education.
- Laila, I., Mariani, M., Fakhriani, R., & Rinjania. (2024). Analisis Dampak Sosial Boikot Produk Pro-Israel. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 1(4).
- Lance, E., & Braimllari, A. (2024). Consumer Preferences in the Fashion Industry: A Comparative Analysis in Developing and Developed Countries. *International Journal of the Analytic Hierarchy Process*, 16(2).
- Larisa, L. S. A., Gusteti, Y., Purwanto, K., & Resty, F. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Bisnis Sesudah Pemboikotan Produk Unilever di Kecamatan Sitiung. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*, 05(01).
- Latifa, A. A. (2024). Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Fashion Muslim Lokal Lafiye Melalui Tiktok dan X. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3).
- Lestari, D. A., Rukmini, I. D. S., Pirliani, P., & Khair, O. I. (2025). Analisis Tentang Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Suatu Produk Berdasarkan Merknya. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum*, 2(3), 231–237. <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i3.1061>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *JUBIS*, 3(1).
- Lukman, S. Y., Baruwadi, M. H., & Bakari, Y. (2024). Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Produk Stik Ubi Ungu di Umkm Flamboyan. *Agrinesia*, 8(3).
- Maheswara, R. (2025, January 12). *Survei Jakpat, Ini Aktivitas Gen Z di Waktu Luang*. Dataloka.
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. 7(1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Misidawati, D. N., Rahmawati, U., Kamaruddin, M. J., Tahalele, O., & Putra, J. E. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel di Indonesia. *Edunomika*, 08(02).
- Mongkarembo, M. F., Tulipa, D., & Laksmono, S. L. S. (2024). Analisis Preferensi Konsumen pada Produk Vandka: Full-Profile Conjoint Analysis. *Journal of Entrepreneurial Studies (JES)*, 1(2), 123–136. <https://doi.org/10.33508/jes.v1i2.7235>
- Musthofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12).
- Nabilah, A., & Zulaikha, S. (2023). The Influence of Halal Label, Halal Brand Image, Halal Lifestyle, Halal Product Quality, and Halal Awareness on the Purchase Decisions of Ms Glow Products. *Al: Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah*, 04(02).
- Nasir, M., Hidayah, N., Prasetyowati, R. A., & Dewi, R. M. (2024). Islamic Branding: Pertimbangan Rasional dan Ideologis Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Harmoni*, 23(2).
- Nordiansyah, E. (2025). *Riset: Gen Z Ubah Pola Konsumsi Media*. Metro Tv News.

- Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart ASN Pewujudan Bangsa Melayani di Provinsi Maluku Utara. *Sentri : Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2).
- Nurfauziah, D. A., Wibowo, A., & Saptono, A. (2025). The Influence of Social Media and Lifestyle on the Consumer Behavior of Students at SMA Negeri 54 Jakarta. *International Journal of Applied Research and Sustainable Sciencess (IJARSS)*, 3(7), 609–618.
- Nuzil, N. R., & Nofan. (2024). Pengaruh Preferensi Konsumen, Digital Marketing, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Edelweiss Wonokitri, Pasuruan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Binsis Islam*, 5(12), 4966–4980.
- Parawansa, D. A. S. (2024). *Strategi Branding* (Andi Asari & Annisa Paramaswary Aslam, Eds.). Mafy Media Literasi Indonesia.
- Permatasari, A. S., Listyorini, S., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Reputasi Merek dan Persepsi Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Permatasari, D. H., Fitriana, S., & Ariswati. (2024). Tingkat Penyesuaian Diri Siswa di SMK Negeri 2 Semarang. *Juang : Jurnal Wahana Konseling*, 7(2).
- Prasetyo, F. D., Pradana, I. S., Bagaskara, M. T., & Althaf, S. (2024). Pembentukan Opini Publik Melalui Gerakan Boikot Produk Israel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 548–557. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13731814>
- Puspitarini, E. W., Kaniawati, K., & Budiadi, H. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Lambrika Dwi, Ed.). Askara Sastra.
- Puteri, Z. M. (2025). Pengaruh Sustainable Marketing dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Unilever di Surabaya di Tengah Konflik Palestina. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, X(1), 100–116.
- Putra, D. P. P., & Kramadibrata, B. S. (2024). Pengaruh Kebutuhan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Preferensi Belanja Pasar Tradisional Pesing Koneng di Jakarta Barat. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 136–156.
- Putri, A., Ramadhan, A., & Salsabila. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Informasi di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 34–39.
- Putri, D. H. M., Syarief, N., & Pusporini. (2021). Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Lokal. *Prosiding Biema : Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 989–1005.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6).
- Qotrunnada, & Maulana, M. F. (2022). Konsumerisme dalam Tren Brand Fesyen Muslimah di Jakarta. *Muqoddima: Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 3(2), 93–104.
- Rahayu, D. B. S., Khusna, I. H., & Ayu, K. R. (2024). Persepsi Konsumen Tentang Kampanye Brand Boycott Pro-Israel dan Preferensi Pembelian Produk Lokal di Kabupaten Banyumas. *UNIVERSITAS*, 10(2).
- Rakhmanita, M. S., & Pramelani. (2024). The Role of Social Media Influencers in Shaping Consumer Preferences: Trends and Implications for Brand

- Strategy. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 12(4), 341–348.
- Rika, D., & Purba, T. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Frozen Food Di Kota Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4).
- Rivaldi, R. M., Farida, I., & Jumarni. (2025). Analisis Perubahan Preferensi, Persepsi dan Pola Konsumsi Terhadap Keputusan Penggunaan Fashion Halal Pada Generasi Z. *Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 107–120. <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.294>
- Riyanti, D., & Nisa, F. L. (2023). Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal Di Era Konflik Israel-Palestina. *DJIEB: Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/index>
- Rizqoeni, V., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Preferensi Konsumen pada Produk Fashion Nafasa Busana Muslimah Kedungwuni. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 24–45. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1862>
- Salsabilla, W. A. (2024, April 3). *Mayoritas Masyarakat Indonesia Aware terhadap Isu Boikot Produk Israel dan Pendukungnya*. GoodStats.
- Santia, R. O., Hayati, F., & Oktarina, R. (2021). Analisis Peran Orang Tua dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sayyida. (2023). Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS dalam Menyelesaikan Permasalahan di Bidang Ekonomi. *Journal Missy*, 4(1).
- Senda, A. D., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Brand Import Thrift dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen. *Jesya : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Septiyani, D., Prabowo, H., & Sijabat, R. (2025). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Ulasan Online Konsumen, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Pada Generasi Z di Kota Semarang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi). *MASMAN: Master Manajemen*, 3, 299–310.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup, Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 1(2).
- Silvia, K. J., & Mu'awwanah, U. (2025). Analisis Himbuan Mui (Boikot Produk Pro-Israel) Terhadap Perilaku Konsumsi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 6(4).
- Simangunsong, E., Sinaga, V. R., & Manihuruk, Y. P. U. (2022). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 22. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi

- Soemadi, Rd. R. A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Home Delivery. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 189–197.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Sokoastri, V. (2020). Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Kelapa Kopyor. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 10(2), 145–154.
- Sormin, S. K., & Malik, F. D. M. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro-Israel. *Karimah Tauhid*, 3(3).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024a). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024b). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4).
- Sugiarti, U. (2025, February 10). *Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial*. GoodStats.
- Suhardi, M. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian* (M. Hidayat & Miskadi, Eds.). Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Suliyanthini, D., Mahdiyah, & Utari, D. (2022). Hubungan Pengetahuan Fast Fashion Dengan Preferensi Pembelian Konsumen. *JURNAL IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3). <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian Data Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research*, 5(3).
- Tamherwarin, M. Z. R., Farianti, A., Nugraha, C. T., Nurpadilah, H. D., & Aliansyah, M. (2024). Deskripsi Anggaran dan Harga terhadap Preferensi Konsumen Kentucky Fried Chicken. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen (JEM)*, 13(2).
- Utami, H. N., Mustikasari, A., & Suryawardani, B. (2024). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Fashion Berbahan Kulit. *E-Proceeding of Applied Science*, 10(5), 1031.
- Wahyuni, S., Khulsum, U., Fadila, Z. N., Apriliani, L., & Sahla, H. (2024). Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(1), 103–114. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.5616>
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy* (Pradana Mahir, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Wijaya, A. T., & Amron. (2025). Pengaruh Reputasi Merk, Kesadaran Merk, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian di Honda Motor. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2).
- Yani, A. F., Permatasari, G. P., Anindya, O., & Hartono, R. (2024). Analisis Program Layanan Konsultasi Kesehatan Mental Pada Aplikasi Halodoc Dengan Metode Skala Likert. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 10(8).

- Yawan, H., Setiawan, A. R. P., Nurfirmansyah, M. N., Al Multazim, M. F., Budiman, N. K., Prehanto, A., & Nuryadin, A. (2024). Pengaruh Strategi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Preferensi Pembelian Pelanggan di Platform E-commerce Shopee. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 197–208.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1).
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Nurjanah, Jumini, S., Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Damayanti, Ed.). Widina Media Utama.