

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes,D.S, Ahmad,.H.&Fetalia,H.A.(2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Ariyanto, F. (2020). *Pengaruh Trend Fashion dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kanpung Batik Semarang* (Vol. 2507, Issue February).
- Company, T. B. R. (2024). *Islamic Clothing Global Market Report 2024- By Type (Abayas And Hijabs, Prayer Outfits, Burkha And Naqaab, Thobes And Jubbas, Sportswear, Other Types)*. The Business Research Company. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/islamic-clothing-global-market-report?hl=id-ID>
- Danang, S.(2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (edisi ketiga). Center of Academic Publishing Service.
- Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, ISSN: 2407-2680, 2, 89–110.
- Forum, W. E. (2022). *How local hijab producers could make an economic impact in Indonesia*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/stories/2022/10/local-hijab-producers-impact-indonesia/>
- Harjadi, D. (n.d.). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Hasri, Y. (2020). *Pengaruh Trend Fashion Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)*.
- Humaira, J., & Murlisa, L. (2022). Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Di Stain Teungku. *Proceeding of Dirundeng International Conference on Islamic Studies*, 173–184.
- Layla. (2019) Pengaruh kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Telkom Kabanjahe https://kepuustakaan-presiden.perpusnas.go.id/uploaded_files/pdf/article_clipping/normal/Bungka
- Meithiana, I. (2015). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (cetakan pertama). Unitomo Press.

- Muhammad, S., Nugraha, H. S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 20–27. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/10289>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan) Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universi*. 4(2).
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 69–77.
- Thamrin, A.(2012). *Manajemen Pemasaran* (edisi kedua). PT. Rajagrafindo Persada.
- Rachmawati, A.,Agus,K.A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN*, 1(2), 187–200. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>
- Rika,W.D. (2023). Pengaruh Trend Fashion, Promosi Online Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Fashion Thrifting (Studi Kasus pada Akun Instagram Bassecondstuff_). *At-tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Sari, D. N. (2021). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 60).
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Soedjatmiko, H. (2008). Saya Berbelanja, Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi Dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris. In *Jalasutra*.
- Sojali, R., Iffani, R. R., Tulus, L., Noviyanti, D., Ermawanti, A., & Sitepu, R. B. (2021). Pengaruh Trend Hijab Terhadap Minat Beli Kaum Wanita Muslimah. *Media Mahardhika*, 19(3), 608–617. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.285>
- Subhanallah, M. R. (2019). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di miniso yogyakarta skripsi*.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif* (cetakan ke dua). Alfabeta.CV.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia.
- Texco. (2024). *Insight Tren Pasar Hijab di Indonesia*. Texco.

<https://texco.co.id/insight-tren-pasar-hijab-di-indonesia/?hl=id-Id>

Tjiptono, F. Chandra, G. (2017). *Strategi Pemasaran* (A. Offset (edisi ketiga). Andi.