

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga
- Adinda, F. P., Muhazir, A., & Sujanto, R. Y. (2025). Pengaruh Komunikasi Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Mengembangkan Brand Lafiye Di Unisa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*, 4 (2), 13–28.
- Adilaelani, S., & Chairiwaty. (2024). Strategi Dakwah Public Relation Lafiye dalam Mempromosikan Busana Islami Melalui Platform Instagram. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, 4(2), 117–122. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5225>
- Aenaya, A. S., & Sulhaini, S. (2024). The Impact of Influencer Credibility, Brand Originality Image, and Price Consciousness on Consumer Trust in Local Beauty Products. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 07(01), 309–318. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i1-33>
- Afiftama, I., & Nasir, M. (2024). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Customer Experience on Brand Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 191–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2403>
- Aghitsani, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 38–51.
- Aisah, Y. N., & Isyanto, P. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Melalui Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey. 1(7), 389–398.
- Akbiyik, F. (2025). The Impact of Guerrilla Marketing on Perception of Marketing Innovation and Brand Trust. *Alanya Academic Review Journal*, 9(1), 159–174. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1522783>
- Alrizqi, D. G., Ridwan, N. H., Yani, N. L. S., & Sari, P. N. (2025). Celebrity endorser, kualitas produk, dan keputusan: Peran mediasi brand trust. *Jurnal Administrasi Profesional*, 6(2). <https://doi.org/10.32722/jap.v6i2.8106>
- Andina, W., Setianingih, R., & Laura, W. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia Di Soekarno-Hatta Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 4(1), 792–803. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1425>
- Andriyani, F., Syofian, & Hidayati, A. (2025). Pengaruh Influencer Credibility, Customer Experience dan Customer Loyalty Terhadap Brand Trust (Potato Kriwil) di Kota Bengkulu. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(3), 01–27.

<https://doi.org/10.56910/jvm.v11i3.716>

- Ansir, R. D., Romadhoni, B., & Indrayani, S. (2025). Pengaruh Kredibilitas, Citra Merek, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Make Over Dalam Pemasaran Omorfo Shop Pada Shopee Di Makassar. *JURNAL Ekonomi & Bisnis*, 24(1), 71–78. <https://doi.org/10.32722/eb.v24i1.7450>
- As-Syahri, H. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosia*, 1(7), 356–362. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/676%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/676/704>
- Aswar, N. F. (2025). *Perilaku Konsumen*. Sukoharjo: Tahta Media Group.
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand communication, brand image, brand satisfaction, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(03), 412–426. <https://doi.org/10.2991/insyama-19.2019.31>
- Defito, M. A. D. S., & Luqman, Y. (2025). Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Brand Switching Merek Fashion H&M Ke Fashion Erigo Pada Generasi Z. *Interaksi Online*, 13(1), 1–13. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Handayani, R., Nugraha, H. S., & Widiyanto. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Content Marketing, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya (Studi Pada Pelanggan Azzam Collection Di Kota Jakarta Timur). *JLAB Jurnal Ilmu Adminstrasi Bisnis*, 13(4), 907–916.
- Hardjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Yayasan Insan Shodiqin Gujung Jati.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanifah, H., & Arissaputra, R. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Badung: Intelektual Manifes Media. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=3tO-EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=perilaku+konsumen+dan+faktor+yang+mempengaruhinya&ots=Fu3xRrC0GR&sig=GyiyTRLXmPsjTNInMPnBdHSMCMk&redir_esc=y#v=onepage&q=perilaku+konsumen+dan+faktor+yang+mempengaruhinya&f=false
- Hawala, O., Telaumbanua, A., Kakisina, S. M., & Mendrofa, M. S. D. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Lutpiah, P., Eldine, A., Muniroh, L., & Hendri Maulana, dan. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. 4(2), 251–256. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/i>. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(6), 1–22. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>

- Hayati, S. R., & Pramesti, D. M. S. (2021). Halal Certification, Brand Image, dan Celebrity Endorse: A Study on Zoya Hijab's Consumers. *DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies*, 6(1), 29–54. <https://doi.org/10.22515/dinika.v6i1.3574>
- Hendarto, Y. M. (2025). Prospek "Influencer" Lokal Kian Cerah di Pemasaran Digital. *Ekonomi & Bisnis*. https://www.kompas.id/artikel/prospek-influencer-lokal-kian-cerah-di-pemasaran-digital?status=sukses_login&status_login=login&loc=hard_paywall
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 56–64. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* ©. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Iba, Z., & Wrdhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Crab Food Mc Di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 262–280. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.519>
- Indra, Sutarno, S., & Anggraini, D. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indoneisa*, 6(1), 72–78.
- Jundrio, H., Hardana, A., Martoatmodjo, G. W., Santoso, A., & Samukroni, M. A. (2023). *Bisnis Digital*. CV Eureka Media Aksara.
- Khodijah, Siahaan, F. S., & Rasyiddin, A. (2025). The Influence of Product Quality on Purchasing Decisions Mediated by Brand Trust for Injection Products At CV Surya Fajar Multitama. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 246–261. <https://doi.org/10.37012/ileka.v6i1.2842>
- Laksono, A. W., & Nanang, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).
- Latifa, A. A. (2024). Analisis Media Monitoring terhadap Brand Fashion Muslim Lokal Lafiye melalui Tiktok dan X. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 1–12. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2713>

- Machali, I. (2021). *Metode Kuantitatif Penelitian Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.
- Marliawati, A., & Cahyaningdyah, D. (2020). Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust. *Management Analysis Journal*, 9(2), 140–151. <http://maj.unnes.ac.id>
- Matanari, E. S., & Hutabarat, F. (2023). The Effect Of Leadership On Employee Performance With Work Motivation And Organizational Culture As Intervening Variables (Case Study At PT Agung Solusi Trans). *Cakrawala – Repositori IMWI*, 6, 744–757.
- Meliantari, D. (2023). *Pengantar Poduk dan Merek*. Eureka Media Aksara.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1), 15–25. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/view/113>
- Monfort, A., López-Vázquez, B., & Sebastián-Morillas, A. (2025). Building trust in sustainable brands: Revisiting perceived value, satisfaction, customer service, and brand image. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(3). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2025.100105>
- Mustofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948.
- Mutiah, C., & Marlioni, L. E. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality And Brand Trust Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Satisfication Pada Produk Mustika Ratu Di Kota Bandung. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(1), 455–558.
- Oranusi, I. N. (2025). Relationship Between Influencer Marketing and Brand Trust Among Generation Z Consumers in Awka Metropolis. *British Journal of Marketing Studies*, 13(5), 1–10. <https://doi.org/10.37745/bjms.2013/vol13n5110>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, D. Y. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity : Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Banten: MEDIA EDU PUSTAKA.
- Patoda, F. A., & Lumintang, G. G. (2024). Pengaruh Profesionalisme, Semangat dan Pengalaman Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 12(4), 262–273.
- Prabowo, A., Tanjung, Y., Enzelia, E. L., Bangun, R., Simarmata, H. M. P., & Wahyuni, E. S. (2025). Eksplorasi Promosi Berbasis Social Media Marketing Dan

- Brand Image: Identifikasi Impulsive Buying Behaviour Melalui Customer Engagement Pada Konsumen Brand Fashion ZARA Di Kota Medan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 6(3), 726–747. <http://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JURDIP/article/view/2083>
- Pradana, B. C., & Wijaya, A. (2023). Tren Fashion Merk Lokal: Antara Gaya Hidup Dan Representasi Nasionalisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 6(2), 128–137. <https://doi.org/10.17977/um032v6i2p128-137>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD ADLI Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.11>
- Pravitasar, L. P., Masita, T. E., & Urip, C. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Influencer Review, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Kota Purwokerto Lynda. *SEMNASIEDA*, 1(2), 313–337. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/prosemnasieda.v1i2.23>
- Prihandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 463–476.
- Putri, A. A. L. K., & Cahyaningrum, Y. (2025). Visual Merchandising Produk Fashion Muslim Lafiye Di Media Sosial. *Jurnal Tekstil: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Tekstil Dan Manajemen Industri*, 8(1), 53–61. <https://doi.org/10.59432/jurnaltekstil.v8i1.133>
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., & Kartika, R. D. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada.
- Putri, J. N. P., Listyorini, S., & Budiarmo, A. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pond's Di Kota Semarang)*. 12(3), 922–933.
- Putri, S. M., & Rosmita. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspk9. *Jiabis: Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2, 86–97.
- Rachma, L. S., & Borshalina, T. (2024). *The Influence Of Overclaims, Perceptions Of The Product Quality, And The Influence Of Influencer On Customer Trust In Market Skincare Product In The Social Media Era. The 1st International Student Conference on Economics and Business Excellence (ISCEBE) 2024*, 1, 158–168.
- Rahayu, D. P., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Kepercayaan Merek, Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Dewi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1129–1136.
- Rahman, N. I. A., Mursidi, A., Suanda, J., & Rizal, N. I. Y. M. (2025). Enhancing

- brand trust through influencer marketing credibility, honesty and trustworthiness - A SOR theory application. *International Business Education Journal*, 18(2), 43–60. <https://doi.org/10.37134/ibej.vol18.2.4.2025>
- Rizkiana, C., Sulistyorini, NSS, R. L., & Triani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Produk Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Edunomika*, 8(4), 1–21.
- Sabilla, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Perbankan Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 253–268.
- Sakinah, Y. P., & Putra, M. F. D. (2025). Purchase Decision on Shopee E-Commerce Platform : The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price through Trust as an Intervening Variable. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 358–368. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.300>
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.8846>
- Solihin, D., Maddinsyah, A., & Kusjono, G. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota di Cinere Kota Depok. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14(1), 98–109. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v3i1.32160>
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Z. Khairani (ed.)). LPPM Unilak.
- Srivastava, N. (2025). “Impact of Influencer Marketing on Brand Trust.” *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 09(06), 1–9. <https://doi.org/10.55041/ijrem50412>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supandi, E. D. (2020). *Statistiks dan Terapannya*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Syafrinaldy, M. R., & Akbarina, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Politeknik NegeriMalang Tahun Akademik 2023/2024)*. 2(12), 174–181. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3064>
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. . (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran* (Vol. 5, Issue 3). CV. Istana Agency.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Wardhana, A. (2021). *Sosial Media Marketing Strategy*. Eureka Media Aksara.
- Wirianson, K., Djali, I., Ranita, S. V., & Arif, A. (2024). Kualitas Produk Furniture Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Angkasa Perabot Home Furniture). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 19–25. Regresi, korelasi, visual basic%0APendahuluan
- Wisnu, D., & Permana, G. I. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Wongkar, K. E. G. W., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>
- Yuniwinarti, & Zed, etty zuliawati. (2023). the Influence of Product Quality Price and Promotion on Purchase Decisions of Hijab Rabbani Syar’I Model At the Rabbani Villa Mutiara Cikarang Selatan Store. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 148–161.
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayari, A., Wansini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori, Metode, Dan Praktik*. Bandung: Widina Media Utama.
- Zuniar, A. D., Thalib, S., Wulandjani, H., & Hilmiyah, N. (2026). *Analisis Social Media Marketing dan Influencer “ Sashfir ” terhadap Purchase Decision Produk Lafiye Melalui E-Wom Sebagai Variabel Intervening*. 4(1), 71–88.