

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). ANALISIS TREND FASHION MUSLIM DALAM MENINGKATKAN HALAL LIFESTYLE DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MEDAN. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3), 2023. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20726>
- Amirullah. (2022). *PERILAKUKONSUMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Ananta, K. R., & Pratiwi, A. (2025a). *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI)*. 18(1). <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis>
- Ananta, K. R., & Pratiwi, A. (2025b). *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI)*. 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2341>
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). *PENGARUH INFLUENCER, HARGA DAN KUALITAS PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI GENERASI Z, DKI JAKARTA*. 6(3), 2022. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Armadani, L. D., & Ali, H. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Sumber Daya Manusia dan Budaya Kerja terhadap Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. <https://doi.org/10.38035/dar.v2i3>
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. V. (2021). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK*

- FASHION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02), 2021.
- Arsyad, M. R. P. S. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 183–197.
- Bilondatu, R., & Wolok, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Belanja Shopee. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 463–474. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.34653>
- Darmasari, R., Jovin, & Komardi, D. (2021). *EFFECT PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION PHILIPS LIGHTS* (Vol. 1, Number 1). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI NAKO KALISARI*. 1(3), 823–841. <https://doi.org/https://doi.org/10.65096/pmb.v1i3.711>
- Fadhilah, K. N. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG*. <https://tekno.kompas.com>
- Ferdiana, R., & Yuwono, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8216419>
- Fitriana, A. N., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Atmosfer Caffe Dan Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kami Ngaliyan, Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 465–482. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>

- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN. *Jesyta*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v7i1.1421>
- Jumhodikromin, S. W., Hartelina, H., & Hawignyo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva. *Jesyta*, 5(2), 2116–2124. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v5i2.794>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN E-WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION JINISO.ID DI MARKETPLACE SHOPEE*. 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Lindiawati, Y., Heriansyah, M., & Pratiwi, Y. S. (2021). *Strategi Layanan Informasi Karir Bimbingan Dan Konseling Dalam Menumbuhkan Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Di Masa Pandemi Kelas XII MAN Penajam Paser Utara*.
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.560>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Muntazah, A., Emeilia, R. I., & Novalia. (2022). Perubahan Perilaku Konsumen pada Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng di Pasaran. *Jurnal Pariwisata*, 2(2). <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/pariwara>
- Nafida, N., Riyanto, Y., Ermanuri, Abas, S., Suwarno, E., & Noorhayati, T. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA POLITEKNIK LP3I JAKARTA KAMPUS CIMONE). In *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional* (Vol. 7, Number 1).

- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier*.
- Riyanika, D., Syuhada, S., Hamid, A. M., & Fauziyah, N. R. (2024). *Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Hijab Rabbani (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan)* (Vol. 1, Number 1).
- Saputra, M. D. H., Ardiansyah, I., Maulana, R., Ramdan, M., & Rupelu, F. N. (2022). *Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian: harga, kualitas dan brand image (suatu kajian studi literatur manajemen pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Sari, D. permata. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Septiyandri, S., & Lesmana, R. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO HIJABKU.ID*. In *JEAC : Journal of Economic Academic* (Vol. 1, Number 2). <https://academicajournal.org/index.php/jeac>
- Setiawan, D., Harahap, A. H. H., Agryanda, Muhammad, A. R., Irwansyah, M., Abra, N. A., & Nonci, R. D. (2023). *LITERATURE STUDIES OF MARKETING MANAGEMENT OF EDUCATIONAL SERVICE CONCEPTS IN AL-QUR'AN AND HADIST PERSPECTIVE*.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI. <https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Situmorang, M. K. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan*. 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Nur Hamidah, S. A., Rihhadatull 'Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). *Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era*

- Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*. 5.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Suryantoro, H., Firdaos, M. R., Irawan, T. T., & Wihartika, D. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO PULAUBEKU BOGOR* (Vol. 1, Number 2). <https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/index>
- Tonda, F., Hanif F, M. R., & Tyas, T. S. N. (2022). *LITERATURE REVIEW DETERMINASI PERILAKU KONSUMEN: KEBUDAYAAN, SOSIAL DAN PRIBADI*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Virawati, J., & Chandra, J. (2024). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF THE UNIQLO BRAND IN PEKANBARU CITY* (Vol. 12, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35145/procuratio.v12i1.4352>
- Yasim, akbar, Kusumadinata, ali, & Purnomo, A. (2024). *PEMILIHAN GAYA BERPAKAIAN SEBAGAI PESAN NONVERBAL* (Vol. 3).
- Yunefa, A., & Sabardini, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta* (Vol. 1, Number 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35917/cb.v1i2.190>