

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Deborah Agustina, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Flase Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum Merek "Onix" Di E-Commerce Shopee*, jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 4 No.1 Tahun 2024. E-ISSN: 2809-381X.
- Adi Ahdiat. (2023, 11 Oktober). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Cammerce Terbesar di Indonesia (Januari – September)*. Diakses pada 05 Februari 2024. dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>.
- Alhilal Hilbram Taftazani Dan Imron Rosyadi. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing, Fashion Lifestyle, Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee*. Jurnal Sistem Informasi & Manajemen. Vo. 11 No. 1. E-ISSN: 2963-5225. Hlm. 225-235. <https://doi.org/10.47024/js.v11i1.706>.
- Alhilal Hilbram Taftazani dan Rosyadi. (2023). *pengaruh influencer marketing, fashion lifestyle, dan price discount terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee*, jurnal sistem informasi & manajemen. Vol. 11 No. 1. Hlm. 225-237, <https://ojsiibn1.indobarunasional.ac.id/index.php/jursima/article/view/706>.
- Anang Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Auliyana Lina. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang)*. Journal of Business and Innovation Management. Vol. 2 No. 2. Hlm. 2016-232.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, <https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2021/04/23/5217/jumlah-mahasiswa-dan-lulusan-menurut-jurusan-dan-jenis-kelamin-di-iain-tulungagung-tahun-ajaran-2020-2021.html>. Di akses pada tanggal 09-07-2024.
- Bahak Udin, M. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*. Sidoarjo: UMSIDA Press. ed. Tamzil M
- BPK Perwakilan Provinsi Jawa Timur, <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-tulungagung/>, diakses pada Selasa, 28 Mei 2014.
- Cryus R. Mehta dan Nitin R. Patel, (2015), *SPSS Exact Tests*, Hlm. 165, <https://www.researchgate.net/publication/265357333>, diakses pada 23 Mei 2024. Dedeh Kurniasih. (2021). *Kepuasan Konsumen*, Banten: Bintang Sembilan Visitama. Cetakan Pertama,

- David A. Aaker, (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, (New York: 1991, *The Free Press*).
- Desak Putu Melani Dewi dan Dewa Nyoman Benni Kusyana. (2022). *Peran Promosi dan Citra Merek dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online*, jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata. Vol. 2 No. 4. Hlm. 1072-1083. <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>.
- Edwin Zusrony. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik. ed. Oleh Robby Andika K.
- Ekspor Fashion Muslim Rp 41 triliun, 75% dijual ke Negara non-Muslim. <https://katadata.co.id/berita/industri/61725b9e088f6/ekspor-fashion-muslim-rp41-triliun-75-dijual-ke-negara-non-muslim>, (diakses pada Minggu, 25 Februari 2024).
- Endah Prastiwi, Djumali, Rochmi Widayanti. (2019). *Analisis Standar Mutu, Diskon dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Buku Pendamping Maestro (Stud pada Sekolah Dasar di Kabupaten Wonogiri)*. Jurnal Edunomika. Vol. 3 No. 1.
- Fiksi Maiza, Agus Sutardjo dan Rizka Hadya. (2022). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota*, Jurnal Manajemen, Vol 4 No. 2. E-ISSN: 2656-8322. hlm. 375-386.
- Gita Warnerin Dan Renny. (2020). *Pengaruh Diskon dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vo. 8 No. 2. Hlm. 898. ISSN: 2337-6078, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/45530/38527/>.
- Hafid Maulana, Nina Eva Oktaviani dan Novita Handayani, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee, Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science, Vol 1 No. 1 Tahun 2022, E-ISSN: 2964-2957, hal. 51-62.
- <https://www.elzatta.com> diakses pada tanggal 26 pukul 20.00 WIB.
- Ida A dan Gusti A. (2023). *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, dan Kualitas Produk*. Bandung - Bali: CV. Intelektual Manifes Media, Ed. Miko.
- Ida Rosita Sari dan Harti. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 18 No. 3. E-ISSN: 2528-1135, hal. 444-451.
- Indrasari M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Irwansyah, Rudy, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Irwina Maharani, Ratnawati Dyah Putri. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Surabaya)*. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. Vol. 7 No. 2. E-ISSN: 2550-0813. hlm. 2561–2569.
- Joseph Teguh Santoso, *E-Commerce (Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial)*, (Semarang: 2021, Yayasan Prima Agus Teknik), Hlm. 49.
- Julietha Lindasari Fortuna Natalia, Andrian, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2023). *Peran Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. Jurnal Economina, Vol. 2 No. 9. E-ISSN: 2963-118. hal. 2414-2428.
- Karimuddin Abdullah. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kec. Pidie – Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. ed. Nanda Saputra.
- Kementerian Agama RI. (2010). *Al-Qur'an Terjemah dan Tafsir untuk Wanita*. Bandung: JABAL.
- Kotler, P dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks. Edisi Kedua Belas Jilid 1. diterjemahkan oleh Benyamin Molan.
- Kotler, P dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks. Edisi Kedua Belas jilid 2. diterjemahkan oleh Benyamin Molan.
- Lina Auliyana. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang)*. Jurnal of Business and Innovation Management. Vol. 2 No. 2. hlm. 216-232.
- Locana Dewi Ayuningtyas. (2015). *Pengaruh Harga, Promosi, Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Elzatta di Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vo. 3 No. 2. E-ISSN: 2723-3901. hal. 01-14. <https://doi.org/10.26740/jptn.v3n2.p%25p>.
- Nuki Dian Marchiani, Wahyu Hidayat, Reni Shinta Dewi. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 4 No. 3.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani, Juliana Nasution dan Sucita Alfiani. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diskon Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderating pada Toko Mustika Hijab*, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 4 No. 2. E-ISSN 2747-2736. hal. 340-357.

- Nuri Ma'rifatul Laily and Vivin Maharani Ekowati. (2023). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Dengan Rating Penjualan Toko Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Lentera Bisnis. Vol. 12 No. 1. hlm. 101. E-ISSN: 2598-618X. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.690>.
- Philip Kotler dan A.B. Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Putra Pandi. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: Eureka Media Aksara. ed. Arifuddin. Cetakan pertama.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press. ed. Syahrani.
- Rosnaini Daga. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa-Sulawesi Selatan: Global-RCI. ed. Oleh Hamzah Upu.
- Santoso dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan MS. Excel dan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Siti Lam'ah Nasution, Christine Herawati Limbong, and Denny Ammari Ramadhan. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen). Vol. 7 No. 1. E-ISSN: 2620-3391 hlm. 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiana, A dan Lutfie, H. (2017). *Pengaruh Advertising dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Fashion Hijab Elzatta di Kota Bandung Tahun 2017 (Studi Kasus Konsumen Elzatta Bandung)*. ISSN: 2442-5826. e-Proceeding of Applied Science. Vol. 3 No. 2. Hlm. 593-599.
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia. ed. Oleh Try Koryati I
- Tasnim, dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis. cetakan 1.
- Tentang *Elzatta Hijab*. <https://elzatta.com>. Diakses pada 25 Februari 2024.
- Themba, Orfyanny. (2021). *Keputusan pembelian pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkor Kirim Dan Kualitas Produk*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). Vol. 5 No. 3. E-ISSN: 2621-5306. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1412>.

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi ketiga.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi keempat.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top Brand Award, (2023). [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=4&id\\_subkategori=485](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=4&id_subkategori=485). diakses Minggu, 25 Februari 2024.
- Venny Cahya Lesmana dan Puti Lenggo Ginny, (2024), *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Pemberian Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Uqba Lifestyle Indonesia*, Vol. 1 No. 2, jurnal Economics Synchronization. E-ISSN: 3032-5757. hal. 66-76.
- Wahyono T. (2009). *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Yusuf Alghifari, Aruf. (2021). *pengaruh diskon, kualitas website, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada online shop shopee: studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah purwokerto*. Jurnal Manajemen. Vol. 15 No. 2. E-ISSN: 2477-300X. <https://badge.dimensions.ai/details/doi/10.24127/jm.v15i2.635?domain=https://fe.ummetro.ac.id>.