

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, N, S. 2021. Nabilla Syafrin Aisy, “Pengaruh Labelisasi Halal, Promosi, Harga, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)”. *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi*.
- Alma, B., & Priansa, D, J. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, P., & Megayani, M. 2020. Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian baju di Pasar Jatinegara, Jakarta Timur (Studi pada toko pakaian Muslimah Mahkota, Jatinegara). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Baju di Pasar Jatinegara, Jakarta Timur (Studi Pada Toko Pakaian Muslimah Mahkota, Jatinegara)*.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo.
- Anggelia,V. 2020. *SKRIPSI: “Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Handbrosy Hijab Fresh (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau”, Pekanbaru: Universitas Islam Riau*.
- Anggraeni, A, R., & Soliha, E. 2020. “Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)”. *Jurnal Unida Gontor*, Vol, 6. No, 3.
- Annisawati, A, A. & Sitorus, M,C. 2022. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida di PT Perusahaan Perdagangan Indonesia Cabang Bandung”. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol, 12. No, 2.
- ANTARA. (2021). BI projects global Muslim fashion consumption to reach US\$311 billion. Antaranews.Com. <https://en.antaranews.com/news/193285/bi-projects-global-muslim-fashion-consumption-to-reach-us311-billion?utm>
- Arif, M, N, R. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arifin, Z. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Banowati, A. I., Ahmad, A., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee di Bandar Lampung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02), 642–648.
- Bayanuloh. 2019. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Bustomi, S. D. 2024. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bhanumitra Indo Asia*.
- Butarbutar, P. 2022. *Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pembiayaan Di Pt. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bekasi 4 Harapan Indah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Dinawan. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Evasari, A, D. 2020. “Strategi Pemasaran Islam dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk”. *ISTITHMAR. Journal of Islamic Economi Development*, Vol, 4. No, 1, 2020.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gymnasiar, A., & Kertajaya H. 2004. *Berbisnis Dengan Hati*, Jakarta: Mark Plus & CO.
- Herdiana, F. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor*.
- Hermawan, A. 2015. *Brand Management: Mengelola Merek Secara Efektif dan Efisien*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Intang, A. 2023. *Pengaruh Fitur, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Cilincing*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- ITS. 2022. *Kenali Strategi Marketing 4P dalam Berbisnis*. ITS Online. <https://www.its.ac.id/news/2022/12/29/kenali-strategi-marketing-4p-dalam-berbisnis/#:~:text=Strategi yang dimaksud tersebut adalah,mendalam pada Webinar Entrepreneurial Training>.
- Jumhodikromin, S, W., dkk. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva”. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol, 5. No,
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Erlangga

- Khairat, Z. 2022. *SKRIPSI: “Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Khas Aceh di Pasar Aceh Kota Banda Aceh”*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Khoiriah, R., Arif, M., & Hamid, A. 2025. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Bella Square. *Jurnal Eksklusif Generasi Ekonomi Syariah*, 3(2), 15–33.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Gramedia. Edisi ke-11. Jilid 2.
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall Published. Edisi 14.
- Kotler, P., dkk. 2001. *“Prinsip Prinsip Pemasaran” Alih Bahasa Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga. Edisi 8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Jilid 1.
- Kotler, P., & Keller, K, L. 2016. *Marketing Managemen*. Pearson Education. Edisi 15.
- Kurniawati, E. 2024. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2).
- Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Malihatun, S. 2021. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rice Cooker Miyako (Studi Kasus di Carrefour Taman Mini)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Marlina, N., & Mutiantari, R. 2022. “Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sale Jari”. *Ekono Insentif*. Ed, 16. No, 1.
- Maro’ah., dkk. 2019. *Buku Ajar: Marketing Syariah*. Surabaya: Qiara Media.
- Mundung, A, J. 2021. “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Kota Manado”. *Productivity*, Vol, 2. No, 6.
- Mastuti, G, A, M., dkk. “Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Mukhid, Abd. 2021. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

- Mustikasari, R., & Prihartono. 2021. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)”, *JIMEA|Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol, 5. No, 3.
- Najiyah, F., & Asas, F. 2021. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Fashion Muslim Rabbani”. *Jurnal lmiah Manajemen dan Akuntansi Medan*. Vol, 3. No, 2.
- Nasmakaraz, M. 2021. *SKRIPSI: Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Pada Usaha Wisata Kuliner (Studi Kawasan Kuliner Rex Peunayong Banda Aceh)*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- NU Online. *Al Qur'an*. Dalam <https://quran.nu.or.id/al-a'raf/26>.
- Octaviana, A. 2023. Journey Scarves World 2023: Ajang Apresiasi Mitra dan Perkuat Brand. Nova.Id. <https://nova.grid.id/read/053731225/journey-scarves-world-2023-ajang-apresiasi-mitra-dan-perkuat-brand?page=all&utm>
- Oktaviani. 2014. “Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslimah”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol, 6. No, 2.
- Pardede, J. 2022. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Prettyfit Pada PT. Christoper Adidaya Rekananda*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia jakarta.
- Pearce II, J, A., & Robinson, R, B. 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Qodir, Z., Jubba, H., Hidayati, M., Abdullah, I., & Long, A. S. (2020). A progressive Islamic movement and its response to the issues of the ummah. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(2), 323–352.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen: Konseptualisasi, Anteseden dan Konsekuensi. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1581–1594.
- Rahman., dkk. 2021. “Pengaruh Label Halal, Brand, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik (Studi Produk Kosmetik Wardah Dan Produk Kosmetik MSI)”. *Indonesian Journal of Islamic Economic & Finance*. Vol, 4. No, 2.
- Raka Aditya, R. 2021. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Provider Telkomsel (Studi Kasus Pada Grapari Telkomsel Bekasi Cyber Park)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

- Ramadhani, P, R. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Madu Hutan di Kecamatan Muara Sabak”. *Journal of Student Research (JSR)*. Vol, 2. No, 1.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, M. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Auluddin University Press.
- Reni, R. 2022. *Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Dki Jakarta*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Romadi, R. 2023. *Strategi Pemasaran Wirausaha Pada Era Digital Dalam Perspektif Al-Qur'' An*. Institut PTIQ Jakarta.
- Rosyidah, U, & Handayati, P. 2022. *Perilaku Konsumen Muslim di Lombok Berdasarkan Religiusitas dan Gaya Hidup*.
- Sabran, B., Kotler, P., & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed, 12. Jakarta: Erlangga.
- Sahal Mustajab. 2025. Halal Lifestyle sebagai Tren Global: Dampaknya terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(11 SE-Articles), 4189 – 4200. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i11.10007>
- 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*. Vol, 2. No, 1.
- Sandala, F, D., dkk. 2021. “Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Beenji Café di Sario Kecamatan Sario”. *Jurnal EMBA*. Vol, 9. No. 1.
- Saputri, S, D. *SKRIPSI*: “Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Produk El-Zatta Jember”. Jember: UNEJ.
- Setiadi, N, J. 2008. *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana. Cetak ke-3.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sondang . 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Subagyo, R. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Ali Publishing.

- Sugiyono. 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Peneitian Kombinasi (Mixed Methode)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto A, E. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Swastha, B., & Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha. 1999. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Cetakan 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Torres, T. 2017. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel Pada Pt. Bosowa BerlianMotor Cabang Bone*.
- Ula, N., dkk. 2023. “Pengaruh Brand Image, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue (Studi Kasus Konsumen Mixue Jl. Jawa Jember)”. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*. Ed, 2. No, 11
- Unknow. *Industri Halal Untuk Semua: Ekonomi Syariah tidak Terbatas pada Industri Keuangan Syariah Saja, Sektor Riil atau Bidang Produksi Barang juga Tercakup di Dalamnya*. Dalam <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-untuk-semua>.
- Vinci, M. 2009. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung.
- (Sampe and Marie Tahalele 2023)
- Wartaekonomi.co.id. 2023. Usung Konsep Pesona Uzbekistan, Elzatta Bidik Kenaikan Penjualan Hingga 300 Persen. Wartaekonomi.Co.Id. <https://wartaekonomi.co.id/read518487/usung-konsep-pesona-uzbekistan-elzatta-bidik-kenaikan-penjualan-hingga-300-persen?utm>
- Yuliana, E. “Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk Fashion”. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Vol, 9. No, 3.
- Yuniwinarti, Y., & Zed, E. Z. (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(3), 148–161.

Zahratul Khairat, SKRIPSI: *Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Khas Aceh di Pasar Aceh Kota Banda Aceh*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022), Hlm.38.