

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adi Yahya, S. T., & Raharjo, S. T. (n.d.). Analisis pengaruh merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada produk Raqumi Hijab Fashion di Gedung Beteng). *[Nama jurnal tidak disebutkan]*.
- Arikunto, S. (2010). *Manajemen penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bernaldo, dkk. (2023). Analisis pengaruh merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek Mixue di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 1(2), 54.
- Chabachib, M. (2020). *Determinasi nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi*. Semarang: UPT Undip Press.
- Decky, H. (2019). E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 0(2), 171.
- Dwiputra, et al. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Alam Bumi Lestari. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 133.
- Faridatul Ummah, H., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh halal lifestyle dan product bundling terhadap minat beli ulang dengan mediasi keputusan pembelian produk skincare halal (Studi kasus masyarakat Muslim di Jawa Timur). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 189.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Handayani, T., & Fathoni. (2019). *Buku ajar manajemen pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh gaya hidup halal, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Ms Glow (Studi pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115.
- Ilmiyah, K., dkk. (2020). Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 32.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kosasih. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Karunia Prima Sejati Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 630.
- Kotler, P. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Education Australia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia Meinawati, & Ardyansyah, F. (2023). Pengaruh Islamic branding, religiusitas, kualitas produk dan halal lifestyle terhadap keputusan pembelian produk hijab Bella Square (Studi pada mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 73.
- Kusumaningsih, S., dkk. (2021). *Buku panduan marketplace*. Surabaya: CV. Global Aksara Pres.
- Marlius, D., & Jovanka. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476.
- Meinawati, K., & Ardyansyah, F. (2023). Pengaruh Islamic branding, religiusitas, kualitas produk dan halal lifestyle terhadap keputusan pembelian produk hijab Bella Square. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 73.
- Mokodompit, M. R., et al. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada 3 AM Coffee Manado. *Jurnal Productivity*, 3(2), 52.
- Mulyani, S. R. (2021). *Metodologi penelitian*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Nasution, E. Y. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 507.
- Nasution, E. Y. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 3(2), 507.
- Oktaviani, D., dkk. (2023). Keputusan pembelian produk di Shopee terhadap mahasiswa manajemen angkatan 2020 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Pengabdian Cendekia*, 2(3), 212.
- Pratama Widodo, D. Y., dkk. (2022). Penggunaan Shopee sebagai media promosi untuk meningkatkan daya jual produk sebagai narahubung social marketing. *Journal of System, Information Technology, and Electronics Engineering*, 2(2), 14.

- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian*. Kalimantan Selatan: Antari Press.
- Regatirta, L. P. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan*, 7(2), 144.
- Risdiyani, A. (2023). Pengaruh halal knowledge, Islamic religiosity, dan halal lifestyle terhadap penilaian produk kosmetik dan keputusan pembelian kosmetik halal. *Jurnal Crossborder*, 6(1), 95.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Pengaruh merek, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bola sepak. *Jurnal Humaniora*, 2(2), 82.
- Sabrina, H. N. (2023). Hakikat gaya hidup minimalis studi Living Qur'an Surat Al-Furqon ayat 67. *Jurnal Ayat dan Hadits Ekonomi*, 1(2), 99.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 115.
- Sarawat, A. (2014). *Halal atau haram: Kejelasan menuju keberkahan*. Jakarta: Kalil.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik dasar*. Jakarta Timur: Uki Press.
- Sitorus, S. A. (2020). *Brand marketing: The art of branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Soesana, A., dkk. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Subagiyo, R. (n.d.). *Metode penilaian ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Alim's Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2010). *Manajemen penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi statistika dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

- Sutopo, A. S. Y. (2017). *Statistika inferensial*. Yogyakarta.
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240.
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240.
- Syariffudin. (2022). *Metode riset praktis regresi berganda dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Tamaulina, et al. (2024). *Buku ajar metodologi penelitian*. Karawang: CV. Saba Jaya Publisher.
- Thompson, A. A. (2016). *Menyusun dan melaksanakan strategi: Pencarian keunggulan kompetitif, konsep dan bacaan*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tianiafi, T., dkk. (2024). *Halal lifestyle untuk generasi milenial*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Tianiafi, T., et al. (2024). *Halal lifestyle untuk generasi milenial*. Indramayu: Adab.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(1), 36.
- Ulfah, A. K. (2022). *Ragam analisis data penelitian*. Madura: IAIN Madura Press.
- Ulfidatul Hoiriyah, Y., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh gaya hidup halal, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Ms Glow. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115.
- Wijoyo, A., et al. (2023). Upaya pengembangan dan peran sistem informasi manajemen dalam e-commerce Shopee. *Jurnal Teknologi, Bisnis, dan Pendidikan*, 1(2), 2.
- Wulandari, A., dkk. (2024). *Keputusan pembelian konsumen*. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta.
- Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan teknologi internet dalam bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 2(1), 37.
- Zahriyah, A. (2021). *Teknik dan aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press.

Zamah Sari, dkk. (2022). Analisis pengaruh halal lifestyle dan Islamic branding terhadap keputusan milenial Muslim untuk membeli produk fashion. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(2), 320