

DAFTAR PUSTAKA

- Al Caesar, M. R. (2017). *Studi Perilaku Mahasiswa Dalam Pola Pengambilan Keputusan Pengguna Jasa Bimbingan Belajar*. *Journal Of Management*, 6, 4.
- Al, H. E. (2010). *Multivariate Data Analysis Sevent Edition*. Person Pretice Hall.
- Alhamdu. (2016). *Analisis Statistika dengan Program SPSS*. Palembang: Noer Fikri.
- Amalia, D. (2021). *Memaknai Kehidupan yang Fana Dengan Gaya Hidup islami*. Dipetik Juli 07, Pukul 12.40, 2021, dari <http://mgt.unida.gontor.ac.id>
- Andre. (2019). *Analisis Hubungan antra Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keinginan Membeli Ulang*. *Business & Management Journal Bunda Mulia*,5(1), Universitas bunda Mulia.
- Antika, R. W. (2019). *Pengaruh Islamic Celebrity Endorser dan Islamic Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. IAIN Purwokerto.
- A. Yesi, (2012). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang*. Universitas Padang.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dhena S. D., (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Edwina, & Elma, D. (2020). *Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- F, A. H. (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah Di Kota Tegal*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Edisi Tujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hardan, Andriani, H., & Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv. Perpustakaan Ilmu.
- Hasan, M. I. (2003). *Pokok - Pokok Materi Statistik 1*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hurruyanti, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hawkins, B.M. (2007). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*, McGraw-Hill, New York.
- Ilham, M., & Firdaus. (2019). *Islamic Branding dan Religiusita*. Bintan: STAIN Abdurrahman Press.
- Ilmailia, Y. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm*. UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Indriani, A. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Merek Zoya Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara*. Sumatera Utara.
- Juleta, F. R., & Mustikasari, A. (2020). *Analisis Google Analytics Pada Website Elzatta Tahun 2020*. 6, 2.
- Kamarohim, N. A., & Fawzi, N. N. (n.d.). *Conceptual Framework Of Islamic Brand Image For Hotel Industry In Malaysia*. Universiti Putra Malaysia.
- Kholik, A., Maulida, S., & Dkk. (2020). *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup dan Konsep Dasar)*. Bandung.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jearsey: Pearson.
- Kuncoro. (2011). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu.
- Lestari Sri. (2021, Juni 17). *Wawancara Tentang Kualitas Produk Hijab Elzatta. UIN Raden Fatah Palembang*. Palembang
- Masyhuri, & Zainuddin, M. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Malang: Refka Aditama.
- Mongisidi, S. J., & Dkk. (2019). *Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)*. *Jurnal EMBA*, 7, 3.
- Nestia, P. (2018). *Pengaruh Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Elzatta Di Tulungagung*. IAIN Tulungagung.
- Nomiasari, F. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu)*. IAIN Bengkulu.
- Perdana, S. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel Aa Di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*.

- Putra, W. (2018). *Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Harga, Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Galeri Elzatta Palembang Square Mall*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Ramdhani, N. (2011). *Penyusun Alat Pengukur Berbasis Theory Of Planned Beviour*. *Jurnal UGM*, 19, 2.
- RI, D. A. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Santoso, S. (2005). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiawan, L. I. (2020). *Pengaruh Islamic Product Quality dan Islamic Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Experiential Marketing Sebagai Variabel Intervening*. Konferensi Ilmiah UNISSULA.
- Setyosari, P. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Prenada Media Groub.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss)*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supit, D.H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Viva K. B. (2022) Persentase Muslim Terbesar di Indonesia Tahun 2021, di akses dari <https://databoks.katadata.co.id>.
- Yesi, A. (2013). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang*. Universitas Negeri Padang.

Wicaksono, D. A., & Dkk. (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti*. 3.