

## DAFTAR PUSTAKA

- Johanes, Agustinus. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Rosalin, Sovia., dkk. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Sangadji, Mamang, Dr. Etta dan Dr. Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ima, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Peter, P.J., dan Olson, J.C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sutisna dan Sunyoto. 2013. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauziyyah, Astri Nurrohmah; Oktafani, Farah. Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 2018, 8.1: 1-14.
- Ariska, I. I. S., and Budi Trianto. "Analisa trend fashion pakaian muslimah terhadap keputusan dalam membeli produk di Toko Zoya Pekanbaru." *Al-Amwal* 8.2 (2019): 181-197.
- Mawati, N. (2015). Pengaruh Faktor Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim Di Muslim Store Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Riptiono, S. (2018). Pengaruh Islamic Religiosity dan Norma Subyektif terhadap Niat Beli Trend Busana Muslim: An Extended of Theory of Reason Action. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 6(2), 1-8.
- Ayunda, A., & Huda, N. (2018). Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2).
- Asmita, D., & Erianjoni, E. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 2(2), 91-96.
- Wahyuni, U., & Achiria, S. (2019). Peran Trend dan Motif Hijrah Terhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 1-17.

- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 291-297
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory of reasoned action dan theory of planned behavior* (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrayadi Suryani , 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Prenamedia Group, hal. 109