

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amroni & Meria. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8, 92–106.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Teknik Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Diningrat, K. R. A. (2015). *Urgensi tata kota dalam dimensi pembangunan berkelanjutan*. Yogyakarta: Teknosain.
- Djamaris & David. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan, Cetakan 1*. Jakarta: Penerbitan Universitas Bakrie.
- Engel, B. & M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et.all, . (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed). America: Cengage.
- Kotler & Armstrong. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Boston: Pearson Education,Inc.
- Livia. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jilbab di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Loudon & Bitta. (1994). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York: McGraw-Hill.
- Mancarelli & Rivie're. (2012). Vers une clarification théorique de la notion de valeur perçue en marketing. *Recherche et Applications En Marketing*, 27(3), 97–123. <https://doi.org/10.1177/076737011202700305>
- Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3).

<https://doi.org/https://doi.org/10.36555/almana.v3i3.1261>

- Philip, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (Edisi Pert). Yogyakarta: Andi Offset.
- Putri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahmalia, F. (2020). *Pengaruh Islamic Branding, Islamic Endorsement Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Hijab Outfit Di Surabaya Dan Sidoarjo*. STIE Perbanas Surabaya.
- Ririn, S. F. (2024). *Pengaruh Islamic Branding, Product Quality Dan Perceived Price Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pembeli Busana Muslim Galeri Elzatta Bandar Lampung)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Salomon. (2009). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. England: Pearson/Prentice Hall.
- Shalehuddin, M. (2024). *Pengaruh Desain, Kualitas, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Galeri Al-Zahra Banjarbaru*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Sopiah & Sangadji. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktisandi Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, et.all, . (2023). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Social Media Influencer Terhadap Loyalitas Merek Somethinc: Studi Pada Pengguna Produk Merek Somethinc*. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.919>
- Swastha & Handoko. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

- Sweeney, J. (2018). Word-of-Mouth Marketing. In *The Oxford Handbook of Advice* (pp. 343–362). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190630188.013.18>
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, D. O. P. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Toko Busana Muslim Rizar Collection). *Competitive*, 17(1).
- Zeithaml & Bitner. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zoya. (2025). Produk Zoya. Retrieved from Zoya.com website:
https://zoya.co.id/?srsltid=AfmBOooEgF8SqmK5zi8dL22cCA9e8XRhkvdr m8Ex_PqrQ8E5oGwioUy6