

DAFTAR PUSTAKA

- Albani, M. N. (2002). *Jilbab Al-Mar'ah Al-Muslimah fi Al-Kitab wa As-sunnah*. Media Hidayah.
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). ANALISIS TREND FASHION MUSLIM DALAM MENINGKATKAN HALAL LIFESTYLE DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MEDAN. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3), 2023. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20726>
- Arifin, M. Z. P. K. S., & Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Toko Modassir Market Place Shopee. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 7–16. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i1.305>
- Fatimah, N. L., Aulia, N. Z., Firossa, G. A., Kusumastuti, A., & Nurmasitah, S. (2026). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Busana Generasi Z. In 34 | *Practice of Fashion and Textile Education Journal* (Vol. 6, Number 1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics* (4th ed.). McGraw Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. j., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7 th). Pearson Prentice Hall.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitaif* (1st ed.). Pustaka Ilmu.
- Hassan, S. H., & Ara, H. (2021). Hijab fashion consciousness among young muslim women in malaysia. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(4). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4312>
- Hidayat, D., Maskur, M., & Budiman, B. (2025). Konsumsi Halal sebagai Bentuk Ibadah: Perspektif Ekonomi Islam dan Implikasinya pada Perilaku Konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5009–5016. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1519>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S. R., Butarbutar, M., Nupus,

- H., Hasbi, I., Elvera, & Triawardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widhi Bhakti Persada Bandung.
- Karim, A. A. (2015). *Ekonomi Mikro Islami* (5th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Kartajaya, H., Iqbal, M., Alfisyahr, R., Deasyana Rahma Devita, L., & Ismail, T. (2019). Segmenting Islamic fashion lifestyle on Indonesian woman. *Research Journal of Textile and Apparel*, 23(4), 306–322. <https://doi.org/10.1108/RJTA-02-2019-0003>
- Maha. (2021). *TREND FASHION MUSLIM DI INDONESIA SAAT INI DAN KESESUAIANNYA DENGAN SYARIAT ISLAM*.
- Meyers, L. S., Gams, G. C., & Guarino, A. J. (2013). *Applied Multivariate Reseachr : Design and Interpretation* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Nasution, S. A., Sugianto, & Nasution, J. (2024). Perilaku Konsumsi Fashion Muslim di Era Digital Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2854–2863. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15393>
- Nuraeni, S., & Walimi, K. (2025). Pengaruh Religiositas, Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Nibras pada Nibras House di Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4, 2460–2465. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1805>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Mikroekonomi* (8 th). penerbit erlangga.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP)*, 196–207.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2023). *Theory of Planned Behavior (Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Market Place)*.
- Rizqoeni, V., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Preferensi Konsumen pada Produk Fashion Nafasa Busana Muslimah Kedungwuni. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 24–45. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1862>
- Salsabila, E. berta, Mutia, A., & Ahmad, S. (2023). *Pengaruh Shopping Enjoyment, Pengalaman Pembelian dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Online Shop (Studi Pada Generasi Z di Kota Jambi)*. 1, 191. <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i1.34>

- Schiffman, L. G. ; K. L. L. (2018). *Consumer Behavior / Perilaku Konsumen* (10th ed.). Pearson Prentice Hall / PT. Indeks.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). *PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB. I(2).*
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Nur Hamidah, S. A., Rihhadatull 'Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* . Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi : Teori Pengantar* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Syafitri, A. W., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Halal terhadap Sikap Konsumen Fesyen Syar'i di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(2), 203–212. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20222pp203-212>
- Yuliana, A., & Sukoco, H. (2025). The Meaning of Hijab: Fashion or Religious Identity? A Study on Young Consumers of Hijab in Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, 7(2), 12. <https://doi.org/10.32424/1.ijibe.2025.7.2.18281>

