

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. A., & Faizin, M. A. F. (2024). Pengaruh Religiusitas terhadap Brand Loyalty dan Keputusan Pembelian pada Hijab Zoya di Kota Malang(studi pada Pengunjung Butik Zoya di Mall Olympic Garden Malang). *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(2), 78–85. <https://doi.org/10.61502/jemes.v2i2.98>
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5, 32–44
- Al-Qurtubi, A. (2020). Pentingnya Hijab Bagi Wanita Muslim. *Jurnal Ilmiah Keislaman*, 10(2), 45-54.
- Aldeana Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2(3).
- Anggrainia, P. (2025). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2289–2300.
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 341–355. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>
- Azhari, N. D., Wardhana, A., Bisnis, A., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *Pengaruh Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Indonesia Pada Masa Boikot*. 12(3), 665–678.
- Dewi, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hijab di Toko Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 78-91.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayah, N., & Sari, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Hijab. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 12(1), 23-34.
- Hidayati, S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Hijab. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 45-56.
- Handayani, N., Jauhariyah, N. A., & Aniati, A. (2021). Menakar kontribusi Islamic branding, personal selling, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab pashmina. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 2(2), 1-15. <https://doi.org/10.1234/jesd.v2i2.1234>

- Julina,(2019). *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam: Perbandingan antara Mahasiswa Muslim di Universtas Negeri dan Universitas Islam Negeri di Kota Pekanbaru*. Jatim: Soega Publishing
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Data Agama di Indonesia* . Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Kastori, R. (2023). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769>
- Masy'adah, Z. (2020). Konsep Busana Muslim dalam Perspektif Islam. *Jurnal Studi Agama*, 12(1), 23-34.
- Malik, R., & Bhargaw, V. (2019). *Determinants of Brand Loyalty: A Study of Electronic Products Users in India*. International Journal of Technical Research & Science, 04(11), 1-4. <https://doi.org/10.30780/ijtrs.v04.i11.001>
- Mujahid, A., & Rahman, F. (2022). Perilaku Konsumen dalam Industri Hijab di Indonesia . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2), 45-60.
- Murdayana, M., & Rokhman, N. (2025). Pengaruh Labelisasi Halal, Brand Image, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mi Samyang pada Generasi Z. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.35917/cb.v6i1.569>
- Nugroho, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hijab. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 12-22.
- Putri, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hijab. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 56-67.
- Rahmawati, D. (2022). Strategi Pemasaran Produk Hijab Berbasis Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 45-56.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital 4.0 - Edisi Indonesia* . Kabupaten Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wulandari, A., & Mulyanto,H.(2024).*Keputusan Pembelian*. Kimshafi Alung Cipta
- Wardhana, A.(2024). *Brand management in the digital era-Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara
- Wibowo, FW, & Sujono, RI (2021). Pengaruh religiusitas terhadap wirausaha Muslim muda (studi kasus pondok pesantren di Yogyakarta. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam* , 12(2), 138.