

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.A. (1996). *Studi agama: Normativitas atau historisitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Annas Wulandari dan Heru Mulyono. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. (Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta. hlm.6.
- Andini Desti Nur Rahmadani, Oktaviana Purnamasari. (2023). *Pengaruh Komunitas Vritual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Survei Pada Komunitas Vritual @Ohmybeautybank Di Twitter*. Artikel Jurnal, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UniversitasMuhammadiyahJakarta[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Komunitas+Virtual+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Skincare+Skintific%E2%80%9D&btnG=#d=gs_qabs&t=1744722166897&u=%23p%3D02nQ1rwSj68J] (diakses pada Hari Selasa, 15 April 2025. Pukul 21.02 WIB)
- Assael, H. (1992). *Consumer behavior and marketing action*. Boston, MA: Kent Publishing.
- Boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Hasri Yolanda.(2020). *Pengaruh Trend Fashion dan promosi terhadap keputusan pembelian busana muslimah dalam perspektif ekonomi islam* (studi kasus pada khayla Boutique di kota Duri. Jurnal Uin-suska.ac.id
- Hermawan, K. (2010). *MarkPlus on marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Islamweb. (2020). Kesederhanaan adalah jalan keselamatan. Diakses 16 April2025,dari<https://islamweb.net/id/article/226045/Kesederhanaan-adalah-Jalan-Keselamatan>

- Kemdikbud, *kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2016) (Kementrian Pendidikan dan Budaya, Edisi 5. Jakarta)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Hoboken, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Hoboken, NJ: Pearson Education.
- Lee, & Lawson-Body. (2011). Price perception. Dalam Xia et al. (Eds.), [jurnal]. <https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/hsocpument/article/download/127/31>
- Mindtools. (n.d.). Kotler's pricing strategies. Diakses 16 April 2025, dari <https://www.mindtools.com/an7ep8c/kotlers-pricing-strategies>.
- Nadiya dan Wahyuningsih. (2020) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fasion 3second MarketPlace*. Jakarta: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Nanda dan Keni. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada makanan kecil Di Jakarta*. (Jakarta: Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan.
- Pradana dan Rahmawati. (2018). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek terhadap Keputusan pembelian motor*.
- Qur'an Karim. (n.d.). QS. Al-A'raf [7]: 31.
- Rizky Karina Syahputra Sagala, & Bi Rahmani, N. A. (2022). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Adidas pada mahasiswa FEBI UINSU*. Jurnal Pendidikan, SainsSosial,danAgama,8(2),762–769. <https://radenwijaya.ac.id/jurnal/index.php/PSSA/article/view/693>
- Rizky Karina Syahputra Sagala dan Nur Ahmad Bi Rahmani. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Pada Mahasiswa FEBI UINSU*” (Artikel Jurnal. Sekolah Tinggi AgamaBuddhaNegeriRadenWijayaWonogiri[<https://radenwijaya.ac.id/jurnal/index.php/PSSA/article/view/693>] (diakses pada Hari Rabu, 16 April 2025, jam 19.04 WIB)
- Sabrina Farah Dima. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, Brand Ambassador, dan Komunitas Terhadap Keputusan Pembelian*

Hijab Buttons carves. Artikel Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. [<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79903>] (diakses pada Hari Rabu 16 April 2025, jam 18.42 WIB)

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV. hlm.142.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wikipedia. (n.d.). Israf. Dalam Wikipedia. Diakses 16 April 2025, dari <https://en.wikipedia.org/wiki/Israf>

Wulandari, Aprilia Dyah. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Ventela (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019)*. (Artikel Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang. [<https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7423>] (diakses pada Hari Rabu, 16 April 2025))