

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Pers UIN Sunan Kali Jaga.
- Ahdiat, A. (2023). Pengunjung Shopee dan Bibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun. databoks.katadata.co.id.
5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023 (katadata.co.id)
- Ameliawaty, R., & Halilah, I. (2017). Pengaruh brand awareness terhadap consumer decision making. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(2), 63-73.
- Anggraini, N. E., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan tahun 2016-2019 pengguna Smartphone Samsung). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(15).
- Anggriani, Y., & Ismunandar, I. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Ms Glow Di Kota Bima. *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 71-81.
- Assiddiq, A. A. ., & Wahdiniwaty, R. . (2023). Personal Branding Muslim Fashion on Tabriizhijab.idn. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 6, 346-351. (<https://doi.org/10.34010/icobest.v4i.386>)
- Astria, N., & Wahdiniwaty, R. (2020, January). The Effect of Trust Dimension Towards E-Commerce Customer Participation. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 130-133). Atlantis Press.
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 429-438.
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). the Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen)*, 15(1), 1-19.
- Dewi, I. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). *Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention* (Doctoral

dissertation, Udayana University).

- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan XX. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53-62.
- Febriansyah, A., & Abdul Wahab, D. (2017). Analisis pengaruh kemampuan dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada PT. Lakumas Rancaekek Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
(<https://binus.ac.id/bandung/2019/08/perilaku-belanja-online-di-indonesia/>)
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Izzudin, M. S., & Novandari, W. (2018). The Effect of perceived quality, brand image on customer satisfaction and brand awareness toward repurchase intention. *Journal of Research in Management*, 1(3), 32-43.
- Komparasi Brand Index. (2022). topbrand-award.com.
(https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=4&id_subkategori=632)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Gogi. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Mitra Abisatya
- Kusumadewi, N. M. W. (2019). *Pengaruh inovasi produk terhadap niat pembelian ulang dimediasi oleh kepuasan konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana

University).

- Lembayung, R. D., Mahmud, M., & Sentosa, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk 3second (Jakarta Pusat). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 424-432.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Marlina, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, DanKepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi pada pengguna Motor Honda Vario di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116–125.
- Nurani, L., & Adinugraha, H. H. (2022). Consumer Preferences in the Selection of Muslim Fashion Products in Indonesia. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 2(2), 104-113.
- Perilaku Belanja Online di Indonesia. (2019). [binus.ac.id](https://binus.ac.id/bandung/2019/08/perilaku-belanja-online-di-indonesia/).
(<https://binus.ac.id/bandung/2019/08/perilaku-belanja-online-di-indonesia/>)
- Pudjoprastyono, H. (2023). The Influence of Price Perceptions and Product Quality Perceptions on Toyota Rush Purchase Decisions in Auto 2000 Kenjeran Branch Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1747-1762.
- Pusparisa, Y. (2020) Shopee, Penguasa E-Commerce Asia Tenggara. (databoks.katadata.co.id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/shopee-penguasa-e-commerce-asia-tenggara>)
- Puspitasari, C., & Dolah, J. (2018, November). The analysis of integration between hijab concept and fashion in Indonesia. In *3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018)* (pp. 325-328). Atlantis Press.
- Putra, Y. P., Heryanto, B., & Juwarni, D. (2019, November). Analysis of Brand Awareness and Perceived Quality on Repurchase Intention of IndonesianInsurance Companies. In *International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)* (pp. 1065-1070). Atlantis Press.

- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget deliccy. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 162-170.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29-40.
- Santika, F. E. (2023). Ini Rata-Rata Uang yang Dirogoh Warga RI Saat Bertransaksi Online. databoks.katadata.co.id. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/14/ini-rata-rata-uang-yang-dirogoh-warga-ri-saat-bertransaksi-online>)
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Shopee. (2024). shopee_id. (<https://www.instagram.com/p/C8wg5sTJX02/?igsh=bHV2OHp6MW05ODl1>)
- Simanjuntak, J. M., & Wahdiniwaty, R. (2018, November). The influence of product quality on car purchase decision. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)* (pp. 195-198). Atlantis Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wakidah, A. (2022). Prospek Bisnis Fashion Muslim di Era E-Commerce Hingga Tahun 2025. nbrscorp.co.id. (<https://nbrscorp.co.id/news/prospek-bisnis-fashion-muslim-di-era-e-commerce-hingga-tahun-2025>)
- Wibowo, D. U., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap kesadaran merek, citra merek dan kepuasan konsumen. *Profit: Jurnal Adminisitrasi Bisnis*, 16(1), 130-137.
- Widjajanta, B., Rahayu, A., & Salsabila, A. (2020). Pengaruh perceived quality dan brand reputation terhadap repurchase intention pada reviewers Sepatu Bata aplikasi Shopee. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1).
- Wijaya, Y. R., & Tjahjaningsih, E. (2022). Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Beli Ulang. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan*

Bisnis, 15(2), 201-211.

- Wijayajaya, H. R., & Astuti, S. T. (2018). The Effect of trust and brand image to repurchase intention in online shopping. *KnE Social Sciences*, 915-928.
- Wijayanti, U., & Wahdiniwaty, R. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Exsport Pada Pt. Eksonindo Multi Product Industry Di Bandung Selatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 2(1).
- Yunaji, A. P., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5070-5085.