

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Gilbert dan Odilla Sesilia.* (2019). Diambil kembali dari Andreas Gilbert dan Odilla Sesilia: <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyendi-indonesia/>
- Ester.* (2022, juli 18). Diambil kembali dari Sihombing: <http://repository.stei.ac.id/7715/>
- Farhanah, S. (2019). TREN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF BISNIS DAN DAKWAH. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* .
- Gati.* (2019, Februari 28). Diambil kembali dari Gati: <https://images.app.goo.gl/updpA3hZKE1iW9796>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumers purchase decision in the malaysian retail market.
- Indriyani dan Suri, R. d. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK FAST RESPON. *Jurnal Manajemen Pemasaran* .
- Kianpour and Jusoh, K. a. (2013). Environmentally friendly as a new dimension of product quality. *International journal of Quality and Reliability Management* .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip prinsip Marketing*. Penerbit Erlangga.
- Nauvallia, S., & Martini, E. (2020). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER GITA SAVITRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP FEMME OUTFIT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *e-Proceeding of Management* .
- Seo, S., Kim, K., & Im, S. Y. (2021). Determinants of satisfaction with imported Asian pears in the US: moderating role of Korea's country image. *International journal of Emerging Markets* .
- stei.ac.id.* (2022, juli 18). Diambil kembali dari stei: <http://repository.stei.ac.id/7715/>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

- Wen Hsu, C. (2023). Who and what messages are more suitable for health ads: the combined influence of endorsers and message framing on visual attention and ad effectiveness. *Journal of Information management* .
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. *JURNAL LONTAR* .
- Sari, V. F., & Hayuningtyas, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Queensland. *Jurnal Of Management & Business* .
- Yuniar, S. R., & Suryaningsih, S. A. (2023). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MUSLIM LOY HIJAB. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* .
- Anggi Aviani, D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Yogyakarta.
- Lusia Putri, S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* .
- Anwar, S., & Lubis, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Desain Produk, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Farmasi Universitas Perintis Indonesia). *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* .
- Aulia, T. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK HIJAB HANUM_ID (Studi Kasus pada Media Sosial Instagram di Akun Instagram @dwiandaanda).