

DAFTAR PUSTAKA

- Alviani, D., Budianto, A., & Setiawan, I. (2024). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hijab Zoya Di Toko Cantika Hijabku Cingambul). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 30-38.
- Amanda, I., & Fitri, M. A. (2022). Pengaruh Brand Trust Dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Duo Sister Hijab. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 3(2), 177-185.
- Ariyanti, K. A. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust (Studi Pada Konsumen Produk Fashion E-Commerce Zalora) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Azizah, A. N., & Susilowati, F. D. (2025). Pengaruh Islamic Advertising Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Hijab Elzatta Di Tiktok Shop. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 1-19.
- Azman, C. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Segi Empat Bella Square pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Azrani, S. D., & Sarah, S. (2025). Pengaruh Brand Image, Aktivitas Pemasaran, dan Customer Engagement di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rabbani Cabang Kopo di Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(1), 445-459.
- Dima, S. F. (2024). Pengaruh Gaya hidup, Brand Image, Brand Ambassador, dan Komunitas Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Buttonscarves (Bachelor's thesis, FEB UIN JAKARTA).
- Firmansyah, T. P., Saputra, R. D., Fauzy, M. T. A., Habbi, M. I. M., & Saputra, M. B. A. (2025). MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PEMBENTUKAN DAN PENGUATAN BRAND IMAGE STORE RABBANI KOTA SURABAYA MELALUI ISLAMIC VALUE. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- HAMID, A. Z. PENGARUH HARGA, DIGITAL MARKETING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB BRAND RABBANI.
- Kahar, P. M. (2024). Pengaruh Price, Trend Fashion, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Amaryllis Hijab Di Kota Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

- Khasanah, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Brand image, Kualitas Produk, Dan Digital marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia).
- Khoyima, M. N., Hidayati, N., & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Queen Jilbab Jln. Tlogomas Kota Malang, Jawa Timur). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(02).
- Laila, Z. N., & Roosdhani, M. R. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Dengan Social Influence Dan Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Pada Toko Lovable Hijab. *Efektor*, 12(1), 102-116.
- Layyina, A. R., Sudarso, S., & Oetarjo, M. (2025). Pengaruh Celebrity Endorsement, Marketing Content dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di TikTok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1322-1336.
- Lindara, N. (2023, September). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY KONSUMEN PRODUK HIJAB SEGIEMPAT PADA PELANGGAN TOKO BAJU MUSLIM ISTINA BUSANA. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 8, pp. 556-563).
- Mangkona, S., & Nasir, M. (2025). Pengaruh Pengalaman dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Brand Putri Boutique House Hijab Kota Makassar. *Center of Economic Students Journal*, 8(2), 664-674.
- Munzilin, A., & Darmawan, D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK HIJAB. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 725-743.
- Nisrina, I. Q. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, HALAL LIFE STYLE, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Nobby Hijab di Kota Salatiga) (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- NORMAIMUNAH, S. (2025). PENGARUH INFLUENCER DAN ULASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA CALON KONSUMEN LOZY HIJAB) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Nuriyanti, A. (2023). Peran Islamic Branding Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shampo Hijab Di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).

- Permatasari, V. D., Oktini, D. R., & Mahani, S. A. E. (2022, July). Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Hijab Ansanian. In Bandung Conference Series: Business and Management (Vol. 2, No. 2, pp. 881-887).
- Putri, M. G., & Rofiuddin, M. (2023). Minat beli konsumen Nobby Hijab Salatiga: Pengaruh eWOM, influencer marketing, dan Islamic brand congruence melalui citra merek. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(1), 20-38.
- Rizal, M. F., & Widyasari, L. (2023). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (CONSUMER LOYALTY) STUDI KASUS PADA KONSUMEN ZOYA (JILBAB) DI KOTA PONTIANAK. *Jurnal Equilibrium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti*, 9(1), 39-45.
- Rudianto, Y., & Ardiansah, D. (2023). Analisis citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen hijab Rabbani:(Studi kasus pada reshare Rabbani Kota Tasikmalaya). *Economica: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 22-38.
- Rupianti, R. (2025). ANALISIS CONTENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT AUDIENS DI INSTAGRAM: STUDI KASUS PADA AKUN BISNIS HIJAB. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 147-153.
- Sa'diyah, L. (2025). PERAN EXPERIENCE MARKETING, INOVASI PRODUK, DAN BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY KONSUMEN DI BUTIK SHMILYHIJAB DEMAK (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Safirah, A. N., Rohmi, N. S. B., & Darmawan, D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK FASHION. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif*, 6(2).
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *Dialektika*, 6(1), 370-408.
- Yulianti, W. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Toko Nobby Hijab di Samarinda. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda.
- Yuswaliani, S. (2018). Pengaruh citra merek kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan de Cantiqu Hijab Outlet Sindang Reret Cibiru Bandung: studi pada pelanggan de Cantiqu Hijab Outlet Sindang Reret Cibiru Bandung (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).