

DAFTAR PUSTAKA

- Sernovitz, Mc Graw Hill. Word Of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition). New York: Kaplan Publishing., 2009.
- Adi Ahdiat. “Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce Untuk Belanja Fashion.” Databoks, August 9, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyakkonsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>.
- Anak Agung Putu Agung and Anik Yuesti. Metodologi Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif. 1st ed. Bandung : CV.Noah Aletheia, 2019.
- Anto, Hendrie. Pengantar Ekonomika Mikro Islami. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Basu Swasta, Handoko, and Hani.T. Manajemen Pemasaran Analisa Dan Perilaku Konsumen. Liberty : Yogyakarta, 2000.
- Databoks. “Pasar Modest Fashion Indonesia.” January 5, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/01/pasar-modest-fashion-indonesia>.
- Eni Suriati. “Model Implementasi Busana Muslim Menurut Peraturan Daerah NO 5 Tahun 2000.” Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam 2 (July 2018): 73–74.
- Erfida. “Ekonomi Sumber Daya Manusia.” Jakarta : Ghalia Indonesia, 2003, 51.
- Eristia, Gita. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Pada E-Commerce Tiktokshop Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019).” Universitas Islam Negri Walisongo Semarang, 2023, 61.
- Fauzia, Ika Yunia, Nurchlis Setiawan, and Shinta Setia. “Perilaku Impulse Buying Muslimah Indonesia: Studi Kasus Pembelian Tidak Terencana Produk

Woman Fashion Melalui Pembelian Online.” *Kafa`ah: Journal of Gender Studies* 8, no. 2 (December 16, 2018): 227–40.

Gunawan, A., and Carissa, A. F. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).” *IJEBAS: Internasional Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 1 (2021): 1–15.

Halil Thahir. “Menggugat Otentitas Jilbab Dan Hijab(Konsep Berpakaian Ala Syahrur) 15.” Kediri: STAIN Press, 2009.

Harrison, Walker. “The Measurement of Word-of-Mouth and an Invetigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents.” *Journal of Service Research.*, 01, 04 (2001).

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. PT RAJA GRAFINDO, 2010.

KOMINFO, PDSI. “Wapres Harapkan Indonesia Jadi Muslim Fashion Capital Dunia.” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Accessed July 23, 2024. <http://content/detail/45138/wapres-harapkan-indonesia-jadi-muslim-fashion-capital-dunia/0/berita>.

Kotler, Philip. and Armstrong, Gary. *Manajemen Pemasaran*. Milenium. PT Prenhallindo, Jakarta, n.d.

Kurniawan and Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.

Loudon, D.L., and Bitta, J.D. “Consumer Behavior Concepts and Applications.” New York : McGraw Hill., 04, 1993.

Maramis F.S, Sepang J.L, and Soegoto A.S. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado.” *Jurnal EMBA*, 3, 6 (n.d.): 1658–67.

- Monks.J.F, Knoers, A.M.P. Psikologi Perkembangan : Pengantar DALAM BERBAGAI BAGIANNYA., 2014.
- Novitasari. “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Melanggar Peraturan Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan IPS FIS UNY”.” Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial., 2017.
- Nuryati Atamimi, F Anin Anastasia, and Rasimin B.S. “Hubungan Self Monitoring Dengan Impulse Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja.” Jurnal Psikologi 2 (2015).
- Sovi Sovita “Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern.” Accessed July 25, 2024. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html>.
- Rambat Lupiyoadi and A.Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Salemba Empat,Jakarta, 2009.
- Richins, M. L and Harris et al. “Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers.” A Pilot Study. Journal of Marketing, 1, no. 47 (1983): 68–78.
- Ridwan. Skala Pengukuran Variable-Variable Penelitian. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ridwan, Murtadho, and Irsad Andriyanto. “Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim.” Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah 11, no. 2 (October 23, 2019): 273–84. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.4927>.
- Rivai, Veithzal. Islamic Business and Economic Ethics. Jakarta :Bumi Aksara, 2012.
- Silverman. The Secret Of Word Of Mouth Marketing :How to Trigger Exponential Sales Trough Run Away Word Of Mouth. USA : AMACON, 2001.

- Singgih Santoso. Mahir Statistik Parametrik : Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.
- Siregar S. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.
- Sugiyono. Metode penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Vol. 3. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumardy, and dkk. The Power of Word Of Mouth Marketing. PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Suryani, Tatik. Perilaku Konsumen Di Era Internet. Implikasinya Pada Strategi Pemasaran. 1st ed. 1: Graha Ilmu. Yogyakarta., 2013.
- Tony Wijaya. Manajemen Kualitas Jasa. Salemba Empat, Jakarta, 2015.
- Verplanken, B. and Herabadi, A. "Individual Differences in Impulse Buying Tendency." *Feeling and No Thinking. European Journal of Personality* 15 (2001): S71-S83.
- V.Wiratna Sujarweni. Belajar Mudah Untuk Penelitian Skripsi, Disertasi, & Umum. Global Media Informasi, Yogyakarta, 2008.