

Daftar Pustaka

- Almanshur, Djunaidi Ghony & Fauzan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Apriliesta, Ratri. *Gaya Hidup Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Iain Batusangkar Dalam Membeli Barang Branded Imitasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Batu Sangkar, 2022.
- Atwal, G Dan Williams, A. "Luxury Brand Marketing-The Experience Is Everything." *Journal Of Brand Management* Vol 6. No.2(2009).
- Ayunda, Anju, Lu'liyatul Mutmainah, And Huda Nurul. "Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim." *Journal Of Economics And Business Aseanomics (JEBA)* vol.3 no.2 (2018).
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga, 2001)
- Bogdan, R. C. *Qualitative Research For Education : An Introduction To Theory And Methods*. Boston: Allyn & Bacon, 1982.
- Dea, Astriani. "Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi Syariah (Takaful) Di Kota Bandung (Studi Kasus PT Asuransi Takaful Keluarga)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami* Vol.2 No.2 (2012): 32–45.
- Eni Lestarina, dkk "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja" *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* Vol.02 No. (2017)
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Ferhat, Kholil, And Deden Syarif Hidayatullah. "Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Klamby." *E-Proceeding Of Management* Vol.6, No.2 (2019).
- Hoetoro, Arif. *Ekonomi Mikro Islam Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press, 2018.
- Istiani, Ade Nur. "Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger." *Jurnal Kajian Komunikasi* Vol.3 No.1 (2015): 49.
- Jogloabang. "UU 18 Tahun 2019 Tentang Pesantren."

- Joni Murti Mulyo Aji, Agung Widodo. "Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerk Di Kabupaten Jember Dan Faktor Yang Mempengaruhinya." *J-SEP* Vol 4 No.2 (2010).
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018.
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Rajawali Press, 2012)
- Khan, Fahim. *Esai-Esai Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kriyantono, Rahmat. *Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana. 2006)
- Kurniati. "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol.IV No.II (2016): 45–52.
- Lina, Rosyid. *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja*. Psikologika, 1997.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Miles, M. B And Huberman, A. M. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook Of New Methods*. 2nd Ed. California: Sage, 1994.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada., 2006.
- Nouvry, Rommy Indra. "Analisis Faktor-Faktor Karakteristik Nama Merek Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen" Vol.3 No.4 (2014): 1–5.
- Novita Putri Diantanti, Sunaryo, Mintarti Rahayu. "Perbandingan Penggunaan Local-Name Brand Dan Foreign-Name Brand Pada Produk Fashion Di Kota Malang." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* Vol. 5 No.2 (2018).
- Nurbuko, Cholid, dkk. *Metodologi Penelitian* (Cet. VIII; Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007)

- Phang, G, Adis, A. A. & Osman, Z. “*Antecedents To Consumer Intention To Buy Luxury Brands*” *Malaysian Journal Of Business And Economics* Vol.3, No.2 (2016).
- Pondok Pesantren Ngalah.” <https://ngalah.net/?P1=Ppnku>.
- Pujiyono, Arif. “*Teori Konsumsi Islami. Dinamika Pembangunan*” Vol.3 No.2 (2006): 196–207.
- Ranto, D. W. P. “*Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen.*” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* Vol.1 No.2 (2016).
- Razaq Al-Qashir,Fada Abdul, *Wanita Muslimah Antara Syariat Islam Dan Budaya Barat (Yogyakarta: Darussalam, 2004)*
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Rifai, *Kualitatif: Teori, Praktek & Riset Penelitian Kualitatif Teologi* (Surakarta, 2019)
- Sa’diah, Maulida. *Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palangka Raya Dan Mahasiswa Universitas Palangka Raya (Upr) Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Palangka Raya, 2020.
- Sadiyah,Dewi. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015)
- Safira, Maulida Rachma, And Joni Murti Mulyo Aji2. “*Perilaku Konsumen Gula Putih Bermerek Dan Tidak Bermerek Di Kabupaten Jember.*” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol. XX, No.II (2021).
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran)*. Bogor: Kencana, 2003.
- Shihab, M.Quraish. *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah Pandangan Ulama Masa Lalu & Cendekiawan Kontemporer*. Cetakan Pe. Jakarta: Lentera Hati, 2004.
- Siti Maimunah, Rosita. “*Pengaruh Security, Brand Name Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Pada Pembelian Produk Nature Republic Soothing And Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unimal.*” *Jurnal Visioner & Strategis* Vol.9 No.1 (2020): 9.
- Sodik,M.Ali dkk *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit Literasi Media Publishing, 2015)

- Spradley, James. *Participant Observation*, Holt Rinehart Dan Winston, 1980.
- Sugioyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta,2005)
- Sumarwan. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. 2nd Ed. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Maliyah* Vol. 01, No.2: 30–31.
- Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Yuswohady, Madyani. D., Herdiansyah I.A, & Alim, I. *Marketing To The Middle Class Moslem: Recognize The Change, Understand Its Behavior, Map Strategy*. Jakarta: Gramedia, 2015.