

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin. (2013). *Ekonomi Mikro (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*. Alauddin University Press.
- Arnadila Dwi Syahputri, Isnaini Harahap, & Muhammad Ikhsan Harahap. (2023). Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 258–270. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).14138](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).14138)
- Ayyah, Hanafiah. Ramadhani. A. N., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Indonesia. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 537–546.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud. 2019. “Kamus Besar Bahasa Indonesia.” Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/digital>.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, vol.5 no.1, 430–439.
- Fachruddin, M. R. I., & Anwar, Moch. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.5 No.3, 78–88.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2014). *Teori Kepribadian (Theories of Personality)*. Salemba Humanika.
- Guneri. (1999). Sources of Self-Identity Among Turkish Adolescents. *Adolescence*, Vol 34(135), 535.

- Handayani, R. L., Wahyudin, A., & Kardoyo. (2023). Determinan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace. *Business and Economic Analysis Journal*, Vol.03. (1), 44–54.
- Haro, A. (2020). Are Zoya Muslim Fashion Products as Halal Lifestyle in Consumer Purchase Decision? *Proceedings of the 23rd Asian Forum of Business Education (AFBE 2019)*, Vol.144, 201–204. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.033>
- Ikhsanti, A. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Identitas Diri Terhadap Pola Konsumsi Halal Fashion Di Kalangan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. UIN SUSKA RIAU.
- Industri Halal untuk Semua—Analisis Data Katadata*. (t.t.). Diambil 20 Agustus 2023, dari <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-semua>
- Kementerian Agama RI. 2019. Al-Qur'an dan Terjemah. Kementerian Agama RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- _____. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 2–12.
- Larasati, P., & Gunanto, E. Y. A. (2021). Faktor Penentu Keputusan Berbisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan AHP. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori*

dan Terapan, 8(6), 669–685. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp669-685>

Lestari, D. A. (2020). *Analisis Perilaku Konsumsi Generasi Melenial Dalam Mengikuti Trend Fashion Hijab*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Marcia, J. (1993). *Ego Identity A Handbook for Psychosocial Research*. Springer Verlag.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.

Overview of Halal Lifestyle—Muslim Judicial Council Halaal Trust. (t.t.). Diambil 19 Agustus 2023, dari <https://mjchalaaltrust.co.za/education/overview-of-halal-lifestyle/>

PDDikti—Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (t.t.). Diambil 20 Agustus 2023, dari https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/Njc2QUZEOUItRjExNC00NDA2LUIyNEYtNzE1RTRDMkMyMzY2

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Priyanto, D. (2011). *Buku Pintar Statistik Komputer*. Mediakom.

Purnamasari, I. (2019). Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bengkulu. *IAIN Bengkulu*.

Saputri, O. B. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol.5 no.2, 23–38.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi 3). PrenadaMedia Group.

Singarimbun, M., & Effendy, S. (2012). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.

Siregar, S. (2012). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Raja Garfindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Center of Academic Publishing Service (APS).

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Andi.