

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *JESTT*, 736-754.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Anto, M. B. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari, & Santoso, P. B. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS*. Yogyakarta: BPFE.
- Assael, & Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Badan Pusat Statistik. (2018, Maret 5). *Badan Pusat Statistik*. Diambil kembali dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2014/02/05/222/pertumbuhan-pdb-2013-mencapai-5-78-persen.html>
- Bahri, A. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Studi Islamika*.
- Barnard, M. (2006). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bismillah, H. (2017, Juni 17). Diambil kembali dari <http://hermaninbismillah.blogspot.co.id/2009/08/konsumerisme-dalam-perspektif-islam.html>

- Budiati, A. C. (2011). Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*, 60-70.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Chaney, D. (2004). *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Crow, K. D. (2015). In Search of "Islamic Lifestyle". *Islam and Civilisational Renewal*, 654-677.
- D. R. (2006). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Pustaka Agung Harapan.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Ekasari, N., & Hartono, R. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Apple. *Digest Marketing*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Erlina, R., Yulisetiari, D., & Subagio, N. A. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Keterlibatan *Fashion* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Fatahillah, I. A. (2013). Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*.
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Featherstone, M. (2001). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progrsm SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islami*. Jakarta: Erlangga.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Hawkins, e. a. (2007). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy, 10th Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan *Fashion Involment* Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 32-41.
- Kahf, M. (1995). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasali, R. (2005). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lalitamanik, R., Apriatni, & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AIO) dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Political Science*.
- Listyorini, S. (2012). Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT Index.
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.

- Mansur. (2017). Preferensi Konsumsi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kelurahan Wates, Ngaliyan Kota Semarang). *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 409-429.
- Mowen, J. C., & Mino, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Mudrajad, K. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Nasution, M. E. (2010). *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, M. E. (2017). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nugroho, J., Sidik, A., & Goenawan, F. (2018). Analisis Value, Attitude, dan Lifestyle Konsumen Zara Pakuwon Mall Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1-7.
- Octavia, A. (2009). Gaya Hidup dan Perilaku Pembelian Emas Putih di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*.
- Oktaviana, A. P., & Setiyo, B. (2016). Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen Angkatan 2012-2014 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Niaga (JPTN)*, 1-15.
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). A Structural Model of *Fashion-oriented Impulse Buying Behavior*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 341-344.
- Peter, J. P. & Olson, J. C. (1996). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Plumer, J. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 33-37.
- Prasetidjo, Ristiyanti, & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2006). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prastiwi, N. D. (2016). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 200.
- Puspita, Y., & Untarini, N. (2014). Analisis Perbedaan Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Putra, R. (2017). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak dalam Mengikuti Trend *Fashion* (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam). *Al-Maslāhah*, 247-266.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rachmania, R. (2015). Penggambaran Gaya Hidup Muslimah Urban dalam Majalah *Laiqa dan Scarf*. *Commonline Departemen Komunikasi*, 225-240.

- Rahmatiah. (2009). Pengaruh Perkembangan *Fashion* Terhadap Gaya Berbusana. *Saintek*, 70-81.
- Rakhmat, J. (1991). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ridwan. (2007). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rinawati, R. (2007). "Lifestyle" Muslimah. *MediaTor*, 65-76.
- Rousseau, G. G., & Kruger, J. (1990). Testing The Value and Lifestyle Model (VALS) of Psychographic Market Segmentation. *Journal of Industrial Psychology*, 31-37.
- Rousseau, G. G., & Kruger, J. (1990). Testing The Value and Lifestyle Model (VALS) of Psychographic Market Segmentation. *Journal of Industrial Psychology*, 31-37.
- Salama, A. M. (2006). A Lifestyle Theories Approach for Affordable Housing Research in Saudi Arabia. *Emirates Journal for Engineering Research*, 11 (1), 67-76.
- Santoso, S. (2004). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Group Gramedika.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shihab, M. Q. (2006). *Jilbab, Pakaian, Wanita Muslimah*. Jakarta: Lentera Hati.

- Sitinjak, T. J., & Sugiharto. (2007). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Eight Edition*. New Jersey: Pearson-Prentice Hall.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfa Beta.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syakhabyatin, I., & Jubaedah. (2016). Rasionalitas Konsumen dalam Perspektif Islam. *TSARWAH (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 53-69.
- Thohari, C. (2011). Kontruksi Pemikiran Quraish Shihab Tentang Hukum Jilbab. *Ejournal UMM*, 7-91.
- Ujianto, & Abdurrahman. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecendrungan Minat Beli Konsumen Sarung: Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 1*, 34-53.

Umar, H. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Walker, J. L., & J., L. (2007). Latent Lifestyle Preferences and Household Location Decisions. *Journal of Geographical Systems*, 77-101.

Yusof, A. R. (2017). Psychographics of Would be Teachers: Are We Fishing in The Right Pond? *Jurnal Ilmiah Bidang Pendidikan*, 17-32.

