

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Agus. (2022). *Hijab Ar Rafi*. Retrieved from <https://www.hijabarrafiofficial.com/>
- Ananda, S. S., & Apsari, N. C. (2020). Mengatasi Stress Pada Remaja Saat Pandemi Covid-19 Dengan Teknik Self Talk. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 248-256.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1-14.
- Budi, S. (2019). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Dan Label Halal Terhadap Niat Beli Ulang Produk Kosmetik Secara Online di Kota Jember. *Journal Ekonomi Manajemen*, 1(2), 1-6.
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(2), 244-248.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Enterprenuer*, 1(2), 256-271.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Jakarta: Qirana Media.
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 1-17.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). *A Primer On Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publication, Inc.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 415-424.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79-94.
- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online Lazada Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Jurnal Of Management*, 11(2), 2337-3792.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literature). *Jurnal Eksekutif*, 5(1), 133-146.
- Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Enterprenuer*, 1(9), 1784-1795.
- Hasanah, R., Khaulah, S., & Husnidar. (2020). Efektivitas Pembelajaran Daring Pada Mata Pelajaran Matematika Selama Pandemi Covid-19 Di SMP Negeri 6 Samalinga. *Jurnal Pendidikan Matematika dan Sains*, 1(2), 82-86.
- Herdalena, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Variasi Produk, Dan Prestasi Harga Terhadap Switching Intention (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Aceh). *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Hidajat, K., & Koesumaningrum, D. D. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Journal For Busniness Enterprenuer*, 5(1), 1-16.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40-52.
- Hijab Ar Rafi*. (2023, Juni 16). Retrieved from Hijab Ar Rafi: <https://hijabarrafipusat.com/>
- Hijab Ar Rafi Official*. (2023, Juni 15). Retrieved from <https://www.hijabarrafiofficial.com/page/contact>

- Islah, K. (2018). Peluang Dan Tantangan Pemanfaatan Teknologi Big Data Untuk Mengintegrasikan Pelayanan Publik Pemerintah. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 5(1), 130-138.
- Janiawati, N. K., Sugianingrat, W., & Astrama, I. M. (2022, Mei). Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Kerajinan Dan Kesenian. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 2(2), 551-562.
- Kasmir, & Ja'far. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis* (Ed Revisi Cet ke 10 ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 185.
- Kholisdinuka, A. (2021, 02 09). *Ketua MPR Sebut 2050 Islam Jadi Agama Terbesar, Indonesia Punya Pengaruh*. Retrieved from Detiknews: <https://news.detik.com/berita/d-5368116/ketua-mpr-sebut-2050-islam-jadi-agama-terbesar-indonesia-punya-pengaruh>
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (14th Edition ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing (17e Global)*. Pearson Education .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition ed.). Pearson Education, Inc.
- Listyawati, I. H. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Handphone Xiaomi Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 9(1), 37-45.
- Mahdi, A. N., & Astuti, S. R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Toko Online Shopastelle Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1-11.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. 2(1), 1267-1283.
- Marisa, A. P., & Anik, L. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko Online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.
- Mayangsari, I. N., & Puspitasari, D. (2019). Analisis Perlakuan Akuntansi Zakat pada Lembaga Amil Zakat Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Kabupaten Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 3(1), 28-35.

- Musarofah, L. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Simba*.
- Musfiroh, Burhan, I., Afifah, N., & Nirmala, S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Insan Cendekia Mandiri.
- Mustapa, A., Pharamita, P. D., & Haisolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang). *Journal of Management*, 4(4), 1-14.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43-53.
- Nasution, S. M., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(2), 142-155.
- Nugroho, S. H., Suharyo, O. S., & Chrys, A. (2022). Model Aplikasi Structural Equation Modelling (SEM) Untuk Kebijakan Profesionalisme Perwira TNI Angkatan Laut. *Journal of Science and Technology*, 15(1), 71-78.
- Nurrahman, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., . . . Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Oetomo, B. S. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi* (Edisi 1 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Oki, K. K., Pangastuti, M. D., & Ua, N. (2020). Pengaruh Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Maurisu Selatan Kecamatan Bikomi Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 65-72.
- Pandiangan, S. M., Resmawa, I. N., Simanjuntak, O. D., Sitompul, P. N., & Jefri, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Mahasiswa Pengguna Shopee. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 4(4), 1-5.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Putri, H. T., Suryanef, Montessori, M., & Ersya, M. P. (2022). Persepsi Mahasiswa Prodi PPKn terhadap Pendidikan Anti-korupsi dalam

Membentuk Karakter Anti-Korupsi. *Journal of Civic Education*, 5(1), 204-211.

- Rahmawati, D., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Marakez Café Di Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1), 1-20.
- Rainy, A., & Widiyanto. (2019). Pengaruh Keragaman Produk Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pelanggan Zalora). *Jurnal Sosial Dan Politik*, 149-156.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Ramadhan, Z. (2019, Maret 19). *Implementasi Keputusan Menteri Agama Nomor 333 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pemberian Izin Pembentukan Lembaga Amil Zakat Dan Dampaknya Terhadap Distribusi Zakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved Oktober 30, 2022, from <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/33929/>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *EMBA*, 8(4), 1-8.
- Safira. (2020, Agustus). *Sejarah Bisnis Hijab Ar Rafi, Owner Bunda Hanim*. Retrieved from <https://safirahijab.com/sejarah-bisnis-hijab-arrafi-owner-bundahanim>.
- Santoso, H. M., Sarwono, A. E., & Kristianto, D. (2020). Pengaruh Pemahaman Standar Akuntansi Pemerintah, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Survei Pada Pemerintah Daerah Se-Eks. Karesidenan Surakarta). *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 16, 322-331.
- Saraswati, D., & Rioni, Y. S. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Ukuran Pemerintah Daerah, Leverage, Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(2), 110-120.
- Sarie, R. F. (2018). Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall Di Surabaya. *Jurnal Relasi*, 14(2), 149-169.
- Savitri, I. A., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 1-8.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Consumer Behavior* (9th Edition ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2020). Pengaruh Presepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen BAB 1. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 256-261.
- Septianingsih, I., & Murdaningsih, D. (2020, 09 23). *Indonesia Peringkat Ketiga Fashion Muslim Terbaik Dunia*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/qh28i6368/indonesia-peringkat-ketiga-fashion-muslim-terbaik-dunia>
- Setiadi. (2014). *Perilaku Pelanggan: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *Jurnal Sistem Informasi*, 3(1), 33-38.
- Setyowati, S. (2022). *Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Ar Rafi (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Kudus)*. Kudus: IAIN.
- Shinta, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Simamora, H. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Pbulisher.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi* (Edisi 1 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua ed.). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supriatna, I. I., & Suryanada, D. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Belibis Papua Mandiri. *Metode Jurnal Teknik Industri*, 4(2), 39-48.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Index Busana Muslim*. (2022). Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&type=subcategory&tbi_find=busana%20muslim
- Utami, W. (2013). *Manajemen Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 713-725.