DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, M. (2025). *Pengaruh kualitas produk, promosi online di Instagram, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kerudung Rabbani* [Skripsi, Universitas Sumatera Utara].

Ajiningrat, I. P. N. Y., & Setiawan, P. Y. (2025). Pengaruh personal branding, media sosial dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen, 14*(2), 258–279.

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211.

Budiyanto, dkk. (2022). Biometric analysis of the influence of social media on consumer purchasing interest and purchasing decisions. In *Muslim fashion style, personal branding, trust and purchase decisions through social media*.

Che, J. W. S., Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2017). Consumer purchase decision in Instagram stories: The role of consumer trust. *Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems*.

Egypth, R. M., & Nuralam, I. P. (2025). *Pengaruh advertising attractiveness, influencer marketing, dan online customer review di TikTok terhadap purchase decision dimediasi oleh brand trust* [Skripsi, Universitas Brawijaya].

Exploring brand trust, experience, and repurchase intention in halal fashion: The role of e-WOM. (2025). Journal UII.

Fajar Harapan. (2026, 24 Januari). Nobby buka gerai baru dengan fesyen muslim terlengkap berikan diskon 50%. *Fajar Harapan*.

Faza, F. F. (2024). *Pengaruh advertising attractiveness, influencer marketing, dan review konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee* [Skripsi, Universitas Telkom].

Ilham, M., & Dharmmesta, B. S. (2025). *Pengaruh ulasan daring dan daya tarik iklan pada keputusan pembelian pengguna TikTok dari Generasi Z dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel pemediasi* [Tesis Magister, Universitas Gadjah Mada].

The influence of customer behavior on Muslim fashion purchase decision in Jabodetabek. (2025). Repository President University.

The influence of perceived value on impulse buying in omnichannel beauty retail in Indonesia. (2025). ScholarHub UI.

The influence of product visualization and customer reviews on purchasing decisions: Muslim fashion on TikTok Shop Indonesia. (2025). E-Journal UINFAS Bengkulu.

Irfaniah, N. R. (2025). *Pengaruh influencer marketing dan electronic word of mouth (E-WOM) terhadap keputusan pembelian fashion muslim di media sosial: Pengembangan Theory of Planned Behavior (TPB)* [Tesis Magister, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta].

Jeon, S., & Park, M. (2025). Impact of Instagram personalized fashion advertising on consumer perception and behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 33*(2), 129–154.

Kabarsumbar. (2026, 25 Januari). Nobby ekspansi bisnis, buka gerai kedua di Padang, tawarkan promo. *Kabarsumbar*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Nevin, M. (2025). *Pengaruh pemasaran digital Instagram, Islamic branding, dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk fashion muslim (Studi pada Brand Alghaza Mubarak)* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].

Padang Ekspres. (2026, 24 Januari). Grand opening Nobby Store Padang, hadirkan fashion muslim modern favorit warga kota. *Padang Ekspres*.

Panlevi, S., Munandar, J. M., & Beik, I. S. (2025). The influence of TikTok content with model AISAS on purchase intention of Muslim fashion products. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 11*(3), 1051.

Pendekatan S-O-R dalam menganalisis keputusan pembelian produk pangan fungsional UMKM. (2025). Journal Perbanas.

Pengaruh celebrity endorsement dan brand image terhadap keputusan pembelian busana Rabbani dengan brand trust sebagai variabel mediasi. (2025). [Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan].

Pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian. (2022). *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3*(5).

Pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian. (2024). *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3*(5).

Pengaruh kepercayaan, daya tarik iklan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada marketplace Lazada. (t.t.). Repository Universitas Kristen Satya Wacana.

Pengaruh kepercayaan, e-service quality, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk fashion muslim. (2025). [Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten].

Prasetyo, S. D. K. (2024). *Dampak attractiveness, reliability dan expertise influencer terhadap purchase intention pada aplikasi TikTok* [Tesis Magister, Magister Manajemen FEB UI]. RLC MM FEB-UI.

Rachman, N. A. (2025). *Pengaruh pengungkapan iklan pada kredibilitas influencer terhadap niat beli konsumen* [Tesis Magister, Magister Manajemen FEB UI]. RLC MM FEB-UI.

Rasyid, E., Puspasari, L., Pertiwi, E. N., Rossanti, E. D., Purnama, M. C., & Sidik, A. D. W. M. (2025). Dampak iklan promosi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada platform TikTok di Jakarta. *Jurnal Kajian Manajemen*.

Safitri, A. N., Zakiy, M., & Sutrisno, S. (2026). E-WOM, viral marketing, and Muslim fashion purchase decisions. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 12*(1), 222–244.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.

Sumbarsatu. (2026, 24 Januari). Nobby resmi buka gerai ke-126 di Padang, hadirkan fesyen muslim modern dan koleksi Ramadan eksklusif. *Sumbarsatu*.

Top Satu. (2025, 1 Februari). Nobby hadir di Padang, sajikan koleksi Raya eksklusif dengan harga terjangkau. *Top Satu*.

Top Satu. (2026, 24 Januari). Fashion muslim Padang makin berwarna: Nobby buka gerai baru di Basko, diskon 50% menanti! *Top Satu*.