

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, P. (2012). Manajemen pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Amanah, D (2010). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 2 (1), 71-78.
- Ansori H. (2019). Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim dan Muslimah di Toko Atikah Collection123 Perumnas Kelurahan Tanjung Karang Permai Kecamatan Sekarbela Kota Mataram. (Doctoral dissertation, Uin Mataram).
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1 (1)
- Danang, S. (2012). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Yogyakarta: CAPS
- Darmawan, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- David, D. A. (2010). Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa: Aris Nanda, Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama
- Edi, S. (2013), Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Asosiasi Merek Terhadap Proses Pembelian Keputusan Konsumen (Studi Empiris pertimbangan Mahasiswa UNNES dalam Pembelian Laptop Toshiba) *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang*
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fitriana, A. Y., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di Benang Raja Semarang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2022, 7(2), 2053-2066
- Frinces, H. (2011). Be An Entrepreneur. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gitosudarmo, I. (2014). Manajemen Pemasaran Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE

- Ichsanti, S. R. (2021). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Pakaian Uniqlo (Doctoral Dissertation, Universitas Bakrie)
- Jariyah, K.A., Yucha, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Pakaian Ainun Jaya Kota Baru Driyorejo. *iqtishadEQUITY*, 3(1), 245-258.
- Kementerian Agama RI, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam, Direktorat Urusan Agama Islam, & Pembinaan Syariah. A;-*Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: PT Adhi Aksara Abadi Indonesia, 2011. hal. 603)
- Khasanah, A. U. (2021). Pengaruh Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan *Digital Marketing* terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Islam Indonesia).
- Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 12. *PT Indeks New Jersey*
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*
- Kotler, Philip dan Keller. (2016). Marketing Management. (15th global edition) Edinburgh : Pearson Education
- Layaman. (2022). *Statistika: Aplikasi Dalam Penelitian Manajemen*. Deepublish, Yogyakarta.
- Putra, W. (2018). Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Harga, Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Galeri Elzatta Palembang Square Mall. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
- Sudaryono, D. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. *Yogyakarta: Andi Offset*
- Sugiarti, A. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Member Membeli Busana Muslim di Toko Rabbani Asysa Bengkulu. IAIN Bengkulu
- Sugiyono (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta. hal. 80
- Suharto, M. A. (2009). Costumer Service Dalam Bisnis Jasa Dan Tranportasi. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*

- Sulaeman, M. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Merek Cardinal di Ramayana Bungurasih Sidoarjo. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 3(3), 747-822.
- Sumiati, R., Nadiyah, H., & Yulianti, I. (2016). Brand dalam Implikasi Bisnis. *UB Press. Malang. Indonesia*
- Sunyoto, D. (2013). Perilaku Konsumen, CAPS (Center of Academic Publishing Service). *Yogyakarta: BFSE*
- Supranto J., & Limakrisna N. (2011). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Susanto, A. (2013). Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. Universitas Negeri Semarang
- Susilawati, S. (2020). Pengaruh Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Zoya (Studi Pada Konsumen di Outlet Produk Jilbab Zoya Kota Jambi). UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Suyoto, I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian H&M di Mall Kelapa Gading
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (edisi Empat). *Yogyakarta: CV Andi Offset*
- Tria, D. Z., & Sihotang, M. K., (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Pada Aura Shop Medan (Doctoral Dissertation, UMSU)
- Umar, H. (2003). Studi Kelayakan Bisnis. *Jakarta : Gramedia Pustaka Utama*
- Wahuddin, H.M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus Toko Lesba Fanci) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Wahyutama, L. T. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Merek Rown

Divison di Surakarta. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Wardani, H. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Zia, K. (2018). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

