

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A., & Rofiudin, M. (2019). *Pengantar Bisnis*. Malang: AE Publishing.
- Al-Qur'an Kemenag Online. *Qur'an dan Terjemahan*.
<https://quran.kemenag.go.id/>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aprianto, I., Qodri, M., Andriansyah, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021a). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arianto, N. (2021b). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Data Ekspor Impor HS 2 Digit Juni 2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/exim>
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam. *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman, Vol. 8, No. 1*.
- Bhakuni, P., Rajput, S., Sharma, B. K., & Bhakar, S. S. (2021). Relationship between Brand Image and Store Image as Drivers of Repurchase Intention in Apparel Stores. *Gurukul Business Review, Vol. 17, No. 1*, 63–73.
- Faizani, R. D., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek The Executive PT Delami Garment Industries. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 9 No. 1*.
- Firdaus, M. (2019). *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Forsyth, P. (2009). *Marketing: A Guide to The Fundamental*. U.K.: Profile Books.

- Gous, S., Kilpadi, M., Patil, U., & Choudhary, P. (2019). *Consumer Behavior*. India: Educreation Publishing.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *JEB (Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 1, No. 1)*.
- Halim, A. (2016). Pengaruh Store Atmosphere, Store Image, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Cabang Gajah Mada Medan (Studi Kasus pada Mahasiswa Kedokteran Methodist Medan). *Jurnal Ecobisma, Vol. 3, No. 1*.
- Ihsan, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pmebelian Pakaian Bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Antasari. Banjarmasin.
- Indonesia Imaji. (2019). Membedah Strategi Citra Toko [Ekonomi]. *Membedah Strategi Citra Toko*. Diakses pada 12 April 2022. <https://indonesiaimaji.com/membedah-strategi-citra-toko/>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Jahroni, Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 Nomor 3*, 10234–10241.
- Kamaruddin, I., Juwariah, T., Susilowati, T., Marlina, H., Supriyadi, A., Pertiwi, S. M. B., Agustini, M., Ningsih, A. P., & Setyowati, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kesehatan Masyarakat*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lantos, G. P. (2015). *Consumer Behavior in Action: Real-Life Applications for Marketing Managers*. Newyork: Routledge.
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Ma'arif, N. N. (2008). *The Power Marketing: Practitioner Perspectives in Asia*. Jakarta: Salemba Empat
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 01*.
- Masterson, R., & Pickton, D. (2010). *Marketing: An Introduction*. London: Sage Publication.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Perusahaan: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Muslimin, S., Zainab, & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga dalam Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics, Vol. 2, No. 1*.
- Nasution, A. M. (2018). Batasan Mengambil Keuntungan menurut Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuny, Vol. 4, No. 1*.
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI), Volume 9 Nomor 2*.
- Nuriyah, S., & Suriyanto, Moh. A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, dan Word of Mouth terhadap Pembelian Pelanggan Toko Bening Bungah. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, Vol. 2 No. 1, 53–60*.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2015). *Larangan Impor Pakaian Bekas (51/M-DAG/PER/7/2015)*. Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Diakses pada 3 april 2022. <http://ditjendaglu.kemendag.go.id/files/regulasi/Permendag51M-DAGPER72015TentangLaranganImporPakaianBekas.pdf>
- Roflin, E., Pariyana, & Liberty, I. A. (2022). *Kupas Tuntas Analisis Regresi Tunggal dan Ganda*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Jonata, Ambarsari, I. F., Azizah, N., Safitri, W., Hasanah, N., Agusti, Gravitioni, E., & Andalia, N. (2022). *Metodologi Penelitian*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Sari, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second di Pasar Jongkok (PJ*

- Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.*
- Sari, V. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim pada Toko Az-Zahra Cabang Pasar 16 Ilir Palembang. Skripsi. UIN Raden Fatah. Palembang.*
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam. *DINAR, Vol. 1, No. 2.*
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).*
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metoda Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.*
- Siregar, M. Y., Weny, & Yuliawan, E. (2020). The Influence of Promotion Strategies Through Social Media on Purchasing Decisions of Oriflame Products on Student of STIE Mikroskil Medang. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), Vol. 3, No. 3, 1838–1846.*
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., Grace, E., Sahir, S. H., Putri, D. M. B., Rosdiana, Ningtyas, C. P., Hasyim, & Muliatie, Y. E. (2021). *Pemasaran: Dasar dan Konsep. Jawa Timur: Yayasan Kita Menulis.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.*
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).*
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen: Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.*
- Syafrizal, & Karimah, N. U. (2014). Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas di Pasar Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Vol. 1, No. 1.*

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Anfi Offset.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Insania.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.