

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Kuswardani, D., & Wardoyo, P. (2023). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 14(1), 106–117.
- Afni, N., & Jalil, A. (2020). *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim*. 2(2).
- Agus, U. M., Masnan, S., Makassar, U. M., & Makassar, U. M. (2020). ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA SYAR ' I TERHADAP MAHASISWA MANAJEMEN 2016 FAKULTAS EKONOMI. 13–22.
- ANSORI, H. (2020). FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DI TOKO ATIKAH COLLECTION 123 KOTA MATARAM.
- Bagus Pratama, P., Dan, F., Terhadap, P., Pembelian, K., Muslimah, B., Islam, P. E., Yolanda, H., Studi, P., Syariah, E., Syariah, F., Hukum, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2020). PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri).
- Deti Novelia, A., Dalam, P., Busana, P., Rabbani, M., Novelia, D., Ekonomi, F., & Riau, U. I. (2019). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN BUSANA MUSLIM RABBANI (Studi Kasus Toko Rabbani Jalan Soebrantas
- Fajrina, E. L., Barkah, C. S., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). Analisis Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Deilicious Kitchen Sebagai Upaya Perbaikan Strategi Produk Dan Harga. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–14
- Haris, R., & Lasika, M. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 3(2), 57.
- Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam. *An Nawawi*, 3(1), 13–30
- Ilham, J. E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Alauddin, N. (2022). BELANJA BUSANA MUSLIMAH SECARA ONLINE SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN CAILE.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal*

Manajemen Pemasaran, 14(1), 25–34.

Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (n.d.). *Keputusan Pembelian Dalam Busana Muslim*. 7823–7830.

Juwariyah, S. (2016). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Pada Masyarakat Kudus Belanja Di Toko Zoya Sebagai Franchise Merek Zoya Di Kab. Kudus)

Kadir, S. (2023). PELUANG INDUSTRI FASHION HALAL DI INDONESIA: (Model Pengembangan dan Strategi). *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*, 15(1), 142–160.

(Ma'rifat et al., 2018) Ma'rifat, T. N., Rahmawan, A., Teknologi, P., & Pertanian, I. (2018). *Analisis segmentasi konsumen dalam konsumsi produk pangan bersertifikat halal pada ritel modern Yogyakarta* (Vol. 1).

Muheramtohad, S., Faizah, F. N., Islam, U., Semarang, N. W., & Id, S. A. (2022). *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman PEMIKIRAN EKONOMI KARL MARX MENURUT KONSEP EKONOMI ISLAM*. 12, 185–200.

Najiyah, F., & Asas, F. (2021). JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION MUSLIM RABBANI. *Jumansi*, 80–86.

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.

Patimah Nasution. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Rabbani di Dumai Kota. *Tamaddun Ummah (JTU)*, 2(1), 36–49.

Profita, A., Nur Ifan, A., & Burhandenny, A. E. (2022). Penerapan Metode Rapid Application Development (RAD) untuk Digitalisasi UKM Industri Busana Muslim Abstrak Digitalisasi Usaha Kecil. *Jurti*, 6(2), 171–179.

Psikologi, F., Kesehatan, D. A. N., Psikologi, P. S., Islam, U., & Walisongo, N. (2023). *Pengaruh motivasi konsumen dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk miniso pada generasi z*.

Rezka M, N. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengunjung Pujasera “Jaya Makmur” Di Semarang).

Sabardi, L., Hukum, F., & Mataram, U. (2014). *PERAN SERTA MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP MENURUT UNDANG-*

*UNDANG NOMOR 32 TAHUN 2009 TENTANG PERLINDUNGAN dan
PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP. 3(1), 67–79.*

- Setiawan, A. E. (2019). Mengembangkan industri halal (Studi Pada Industri Fashion Busana Muslim di Provinsi Lampung) Universitas islam negeri raden intan lampung 1440 H / 2019 M. *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, 84.
- Siyamsih, D., Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2022). *ANALISIS DAYA TARIK PRODUK RABBANI SEBAGAI FASHION DI LEMBAGA PENDIDIKAN AL-AZHAR JAMBI Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*
- Uin, R., & Saifuddin, S. T. (2018). Determinan Merek, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Pada Keputusan Customer Membeli Produk Rabbani di Kota Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 31–45
- Wardani, R. K., & Suryaningsih, R. (2021). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN TAS DI TOKO BAG CORNER*
- Winarti, E. (2013). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina di Dealer Pusat PT Nissan Motor Indonesia JL. Mt Haryono KAV. 10 Jakarta Timur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yuniar, A. (2020). *BRAND JILBAB RABBANI PALSU DI KABUPATEN JEMBER PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN HUKUM EKONOMI ISLAM*

