

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Nurul Muiz, W. L. (2023). Dampak import Pakaian Bekas Terhadap Kesetabilan Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia. *Businnes:Scientific journal of business and entrepreneurship*, 109–117.
- Fahmi, I. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Joko, d. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi, Kontemporer*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Mahnidar. (2024). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Raja Plastik Di Desa Mancang Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara*. Lhokseumawe.
- Masitah, Z. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, dan Pelaksanaan Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kripik Mu%stika di Kota Langsa*. Lhokseumawe.
- Nasution, S. S. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh*. Lhokseumawe.
- Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, I Nyoman Sutama. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekasi Impor Bagi Konsumen di Denpassar. *Jurnal Interpretasi Hukum*.
- Slamet Riyanto, S. M. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Cv Budi Utama (Anggota IKAPI).
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Muiz, A. N., Fajar, W. L., & Rahayu, R. (2023). Dampak Impor Pakaian bekas Terhadap Kestabilan Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia. *Business: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 109–117. <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Saputro, A. R. (2023). Motivasi, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Rantai Pasok Halal. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology*, 1(1), 52–57. <https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i1.16639>
- Soraya, R. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada FS Store Ujung Batu. *Journal Article*, 1–88.
- Ummah, M. S. (2019). No pengaruh brand image. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

- Buteikienė, E. (2008). Consumer purchase decision process. *Economics & Management*, 13, 262–268.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62.
- Lotulung, P. V. (2023). Pengaruh persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas impor. *Jurnal EMBA*.
- Prawirosentono, S. (2007). *Manajemen operasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riyanto, S. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. W., & Harun, E. H. (2012). The relationship between product quality and purchase intention. *International Journal of Business and Social Science*, 3(13), 221–230.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. B. (2000). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.