

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERMINTAAN PADA PASAR BUSANA MUSLIM DI KOTA SURABAYA

Rizky Ramadhani Prasetya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
rizkyramadhani077@gmail.com

Dr. Arga Christian Sitohang, S.E., M.M
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
argasitohang@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of population size, price, and consumer income on the Muslim fashion market in Surabaya. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis to test the effect of population size, price, and consumer income variables on the Muslim fashion market. The research data were obtained by distributing questionnaires to thirty respondents who are consumers of Muslim fashion in Surabaya. The results show that population size, price, and consumer income simultaneously have a significant effect on the Muslim fashion market in Surabaya. The F-test results show a significance value less than 0.05, meaning that all independent variables jointly affect the Muslim fashion market. In addition, the t-test results indicate that each variable—population size, price, and consumer income—has a positive and significant effect on the Muslim fashion market. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value of ninety-six percent indicates that most of the variations in the Muslim fashion market can be explained by these three variables. The findings of this study demonstrate that price is the primary factor influencing the Muslim fashion market in Surabaya, followed by consumer income and population size. Price affordability, purchasing power, and population size are key to market development, while also serving as a reference for future research.

Keywords: *Population Size, Price, Consumer Income, Muslim Fashion Market, Multiple Linear Regression.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen terhadap pasar busana muslim. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada tiga puluh responden yang merupakan konsumen busana muslim di Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya. Hasil uji F

menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama memengaruhi pasar busana muslim. Selain itu, hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel, yaitu jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pasar busana muslim. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar sembilan puluh enam persen menunjukkan bahwa sebagian besar variasi pasar busana muslim dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga adalah faktor utama yang memengaruhi pasar busana muslim di Surabaya, diikuti oleh pendapatan konsumen dan jumlah penduduk. Kesesuaian harga, daya beli, dan besarnya populasi menjadi kunci perkembangan pasar, sekaligus menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *Jumlah Penduduk, Harga, Pendapatan Konsumen, Pasar Busana Muslim, Regresi Linier Berganda.*

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri fashion di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang semakin meningkat dan menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Busana muslim merupakan jenis pakaian yang dirancang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, yaitu menutup aurat, tidak transparan, dan tidak membentuk lekuk tubuh, sehingga tidak hanya memiliki fungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga mengandung nilai religius dan budaya dalam kehidupan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, busana muslim mengalami transformasi yang signifikan dan menjadi bagian dari tren fashion modern yang mengikuti gaya hidup masyarakat.

Kota Surabaya memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi dan gaya hidup masyarakat perkotaan. Sebagai kota metropolitan, Surabaya didukung oleh infrastruktur yang memadai, akses transportasi yang baik, serta perkembangan teknologi yang pesat. Kondisi ini menjadikan Surabaya sebagai kota yang adaptif, kompetitif, dan responsif terhadap perubahan tren konsumsi masyarakat. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah fashion, khususnya busana muslim yang terus mengalami peningkatan permintaan seiring berkembangnya kebutuhan dan tren berpakaian masyarakat muslim.

Di tengah dinamika ini, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. Faktor jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen menjadi instrumen penting yang menentukan tingkat permintaan terhadap pasar busana muslim. Pemahaman mengenai faktor-faktor tersebut menjadi hal strategis bagi pelaku usaha maupun pengambil kebijakan ekonomi kreatif di Kota Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen baik secara simultan maupun parsial terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya.

B. KAJIAN TEORI

Teori permintaan (Market Demand Theory) dari Alfred Marshall menjadi landasan utama penelitian ini. Teori ini menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang diminta konsumen dengan berbagai faktor yang memengaruhinya, seperti harga barang, pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, serta selera konsumen. Harga memiliki hubungan yang berbanding terbalik dengan permintaan, sementara pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan kemampuan membeli masyarakat.

Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk muslim merupakan keseluruhan masyarakat beragama Islam yang tinggal dalam suatu wilayah pada periode waktu tertentu yang mencerminkan besarnya populasi muslim serta potensi pasar. Pertumbuhan jumlah penduduk berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi melalui konsumsi rumah tangga (Khairunnisa dkk.). Indikator yang digunakan meliputi besarnya potensi konsumen muslim, tingkat kebutuhan busana muslim, intensitas penggunaan, dan sebaran penduduk muslim.

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai moneter yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk busana muslim sebagai bentuk pertukaran atas manfaat yang diberikan produk tersebut. Menurut Monroe, harga menjadi indikator penting dalam membentuk persepsi nilai dan kualitas suatu produk di pasar. Indikator harga dalam penelitian ini meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Pendapatan Konsumen

Pendapatan konsumen mencerminkan tingkat kemampuan daya beli masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian produk fashion. Menurut Kotler dan Keller, tingkat pendapatan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kemampuan konsumen dalam membeli barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

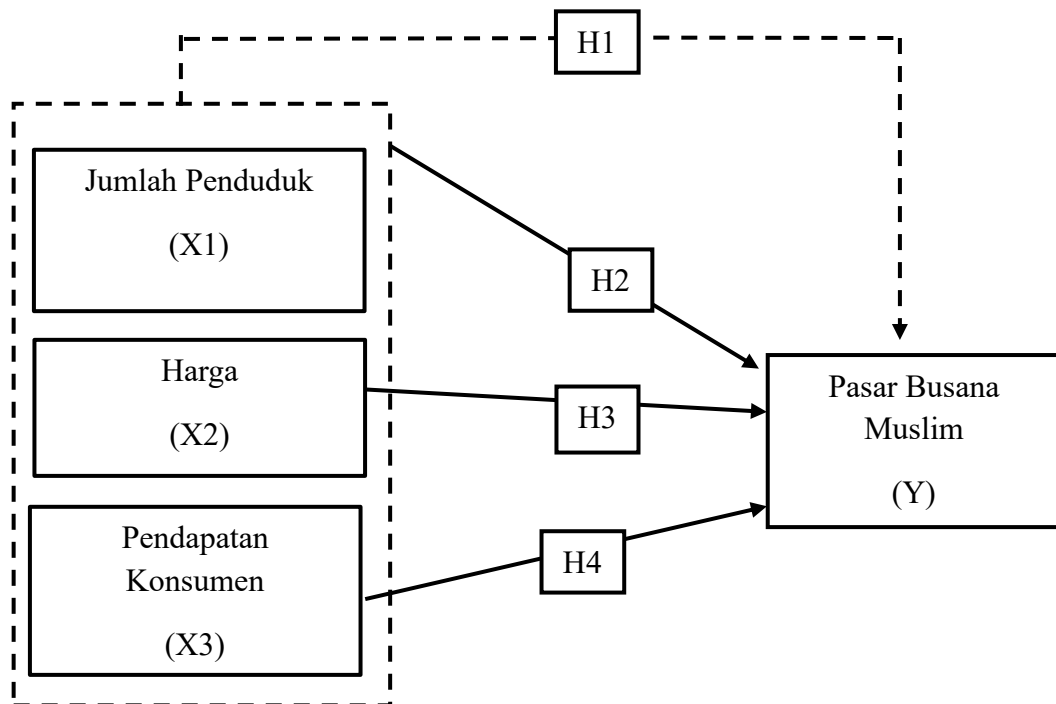
Pasar Busana Muslim

Pasar busana muslim merupakan wadah atau keterikatan aktivitas ekonomi yang mempertemukan permintaan konsumen muslim dengan penawaran produk sandang yang sesuai dengan syariat Islam.

Hubungan Jumlah Penduduk, Harga, Pendapatan Konsumen dengan Pasar Busana Muslim

Secara bersama-sama, ketiga variabel ini membentuk ekosistem permintaan yang utuh di pasar. Besarnya jumlah penduduk menciptakan volume pasar potensial, tingkat pendapatan memberikan daya beli nyata untuk mengeksekusi kebutuhan tersebut, dan faktor harga menjadi regulator akhir yang menentukan apakah produk tersebut dapat dijangkau oleh konsumen. Kombinasi yang proporsional dari pertumbuhan penduduk, daya beli yang stabil, dan harga yang kompetitif secara simultan akan mendorong perkembangan pasar busana muslim secara masif dan signifikan di Kota Surabaya.

Kerangka Konseptual



- H1: Jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya
- H2: Jumlah penduduk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya
- H3: Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya
- H4: Pendapatan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Data penelitian yang digunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen busana muslim yang berada di Kota Surabaya. Penarikan sampel menggunakan kuesioner terstruktur dengan jumlah sampel sebanyak tiga puluh responden.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan melalui skor penilaian kuesioner untuk diuji secara statistik. Berdasarkan sumbernya, penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama melalui penyebaran kuesioner

terstruktur kepada para responden, yaitu konsumen yang melakukan aktivitas pembelian di pasar busana muslim Kota Surabaya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis melalui kuesioner terstruktur kepada para responden. Setiap butir pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert untuk mengetahui persepsi responden mengenai variabel jumlah penduduk, harga, pendapatan konsumen, dan pasar busana muslim di Kota Surabaya.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis melalui beberapa tahapan yang meliputi uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji signifikansi parsial (uji t), uji signifikansi simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi.

Definisi Operasional Variabel

1. Jumlah Penduduk: Potensi besaran populasi dan pasar konsumen muslim di wilayah Kota Surabaya.
2. Harga: Nilai moneter yang ditetapkan atas produk busana muslim yang disesuaikan dengan daya beli masyarakat.
3. Pendapatan Konsumen: Tingkat penghasilan atau kemampuan finansial bulanan masyarakat muslim yang dialokasikan untuk konsumsi fashion muslim.
4. Pasar Busana Muslim: Tingkat permintaan dan aktivitas pembelian produk pakaian muslim di Kota Surabaya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Jumlah Penduduk (X_1)

Berdasarkan hasil uji validitas maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang membentuk variabel Jumlah Penduduk (X_1) terbukti memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,367). Selain itu, pada nilai signifikan secara keseluruhan memiliki nilai $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan nomor 1 sampai dengan 4 dinyatakan valid serta memiliki hubungan yang signifikan.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Jumlah Penduduk (X₁)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.817**	.733**	.764**	.908**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.817**	1	.772**	.788**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.733**	.772**	1	.812**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.764**	.788**	.812**	1	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.908**	.926**	.905**	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

Berdasarkan hasil uji validitas maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang membentuk variabel Harga (X₂) terbukti memiliki nilai R_{hitung} > R_{tabel} (0,367). Selain itu, pada nilai signifikan secara keseluruhan memiliki nilai 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan nomor 1 sampai dengan 4 dinyatakan valid serta memiliki hubungan yang signifikan

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.829**	.735**	.817**	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.829**	1	.700**	.753**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.735**	.700**	1	.814**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.817**	.753**	.814**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.927**	.894**	.893**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Pendapatan Konsumen (X₃)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.7, maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang membentuk variabel Pendapatan Konsumen (X₃) terbukti memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,367). Selain itu, pada nilai signifikan secara keseluruhan memiliki nilai $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan nomor 1 sampai dengan 4 dinyatakan valid serta memiliki hubungan yang signifikan.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Pendapatan Konsumen (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.660**	.754**	.767**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.660**	1	.874**	.901**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.754**	.874**	1	.874**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.767**	.901**	.874**	1	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.853**	.936**	.948**	.960**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Pasar Busana Muslim (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.8, maka dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan yang membentuk variabel Pasar Busana Muslim (Y) terbukti memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,367). Selain itu, pada nilai signifikan secara keseluruhan memiliki nilai $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan nomor 1 sampai dengan 4 dinyatakan valid serta memiliki hubungan yang signifikan.

Tabel 4. Uji Validitas Pasar Busana Muslim (Y)

		Correlations				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.737**	.659**	.708**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.737**	1	.705**	.675**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.659**	.705**	1	.751**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.708**	.675**	.751**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.876**	.877**	.888**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Jumlah Penduduk (X₁)

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha Jumlah Penduduk sebesar 0,934 lebih besar dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden adalah reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Jumlah Penduduk (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.934	4

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha Harga sebesar 0,932 lebih besar dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden adalah reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	4

Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan Konsumen (X₃)

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha Pendapatan Konsumen sebesar 0,942 lebih besar dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden adalah reliabel.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan Konsumen (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	4

Uji Reliabilitas Variabel Pasar Busana Muslim (Y)

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha Pasar Busana Muslim sebesar 0,905 lebih besar dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban responden adalah reliabel.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Pasar Busana Muslim (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	4

Analisis Regresi Linier Berganda

Nilai konstanta sebesar -0,251 menunjukkan bahwa tanpa pengaruh jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen, nilai pasar busana muslim diperkirakan sebesar -0,251. Koefisien regresi jumlah penduduk sebesar 0,258, harga sebesar 0,395, dan pendapatan konsumen sebesar 0,379 yang semuanya bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan ketiga variabel tersebut akan meningkatkan pasar busana muslim di Kota Surabaya dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		t
1	(Constant)	-.251	.710		-.354	.726
	Jumlah Penduduk	.258	.070	.259	3.683	.001
	Harga	.395	.077	.391	5.102	.000
	Pendapatan Konsumen	.379	.079	.394	4.812	.000

a. Dependent Variable: Pasar Busana Muslim

$$Y = -0,251 + 0,258X_1 + 0,395X_2 + 0,379X_3 + e$$

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $207,237 > F$ tabel 2,98. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya.

Tabel 10. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	309.746	3	103.249	207.237	.000 ^b
	Residual	12.954	26	.498		
	Total	322.700	29			

a. Dependent Variable: Pasar Busana Muslim

b. Predictors: (Constant), Pendapatan Konsumen, Jumlah Penduduk, Harga

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji t, variabel jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ serta nilai t hitung $> t$ tabel, sehingga ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya.

Tabel 11. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.251	.710		-.354	.726
	Jumlah Penduduk	.258	.070	.259	3.683	.001
	Harga	.395	.077	.391	5.102	.000
	Pendapatan Konsumen	.379	.079	.394	4.812	.000

a. Dependent Variable: Pasar Busana Muslim

Koefisien determinasi (R²)

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,960 atau 96%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen mampu menjelaskan variasi pada pasar busana muslim di Kota Surabaya sebesar 96% secara simultan.

Tabel 12. Koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.960	.955	.70584

a. Predictors: (Constant), Pendapatan Konsumen, Jumlah Penduduk, Harga

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk, harga, dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pasar busana muslim di Kota Surabaya. Secara parsial, masing-masing variabel juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga setiap perubahan pada jumlah penduduk, harga, maupun pendapatan konsumen akan memengaruhi perkembangan pasar busana muslim.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli masyarakat menjadi faktor penting dalam meningkatkan pasar busana muslim. Sementara itu, pendapatan konsumen yang semakin tinggi akan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam membeli produk busana muslim, dan pertumbuhan jumlah penduduk juga memperluas potensi pasar. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut memiliki peran yang saling mendukung dalam mendorong perkembangan pasar busana muslim di Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Riyadi, S. Demografi Modern dan Aktivitas Ekonomi Syariah. *Jurnal Kependudukan*.
- Dzikrullah, M., & Mardikaningsih, R. Pengaruh Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim. *Jurnal Manajemen Fashion*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Marshall, A. *Principles of Economics*. Macmillan and Co.
- Meliani, S., dkk. Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *Jurnal Ekonomi Digital*.
- Monroe, K. B. *Pricing: Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill.
- Nurlisna, dkk. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Toko Kharisma Bogor. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Putri, A. R., & Hanafi, M. *Factors Affecting Muslim Fashion Products and Lifestyle Purchasing Decisions as Moderation*. *Journal of Islamic Marketing*.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. *Economics*. McGraw-Hill.
- Suryani, T. Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran. *Graha Ilmu*.
- Wijayanti, N., & Prastiwi, I. E. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab dan Busana Muslim dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*.