

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Aamir et al. 2020. "The Role of Islamic Marketing Ethics towards Customer Satisfaction." *Journal of Islamic Marketing* 11(4): 1001–18. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0123>.
- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, Sella Venanza. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota PagarWilly Wijaya. 2018. 'KEPUASAN KONSUMEN DI YOSHINOYA GALAXY MALL SURABAYA.' Alam." 3(1): 44–53.
- Alserhan, Dr. Baker Ahmad. 2012. "The Principles of Islamic Marketing." In Gower Publishing, 220.
- Amrullah, Pamasang S Siburian, and Saida Zainurossalamia ZA. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda." *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 13(2): 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/826>.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Aziza, Nurul, Universitas Maarif, and Hasyim Latif. 2023. "Metodologi Penelitian 1 : Deskriptif Kuantitatif." (July).
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bachmid, Sofyan. 2015. "Konsep Kualitas Layanan Dan Implikasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa."
- Denny Aditya Rachman. 2017. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS)." *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE*: 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>.
- Devi Lestari, Astiani, Nur Wahyu Ningsih, Weny Rosilawati, Dania Hellin Amrina. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk , Fitur Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam."

3(1): 57–80.

Djaslim Saladin. 2000. *Konsep Dasar Ekonomi Dan Lembaga Keuangan Islam*. Bandung: Linda Karya.

Eliza, Eva, Amri Amir, and Paulina Lubis. 2022. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Kabupaten Muaro Jambi).” 3(1): 38–47.

Fadillah, Adil, Sekolah Tinggi, and Ilmu Ekonomi. 2018. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP.” (September 2014).

Fathoni, Muhammad Anwar. 2018. “Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurisdictie* 9(1): 128.

Hadi, Sutrisno. 1990. *Metodologi Research*. ed. Andi Offset. Yogyakarta.

Hafizh Dasuki dkk. 2007. “Al-Qur’an Dan Tafsirny.” *PT. Dana Bhakti Wakaf*.

Hafudhuddin, Didin. & Tanjung, Hendri. 2003. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Pertama. Jakarta.

Hair, J.F. 2006. *Multivariate Data Analysis Pearson Internasional*. 5th ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Hery Winoto Tj. 2020. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BOBBA YANG DIMEDIASI DENGAN STRATEGI PROMOSI.” *Syntax Literate* 5(12): 1566–75.

Huda, Nurul. dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. Pertama. Depok: Kencana.

Ian Antonius Ong & Drs. Sugiono Sugiharto, M.M. 2013. “Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya.” 1(2): 1–11.

- J. Paul Peter, Jerry Corrie Olson. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th ed. McGraw-Hill.
- Jason Djimantoro, Vania Clairine Gunawan. 2020. "PENGARUH E-WOM, KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN KAKKK AYAM GEPREK." 4(X): 187–96.
- Joseph F. Hair Jr, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt. 2016. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.
- Kadirov, Djavlonbek. 2020. *Islamic Marketing: Theories, Practices, and Perspectives*.
- Kamila, E. F. 2121. "Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal." *Jurnal Likuid* 1(1): 33–42.
- Kertajaya and Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: Pt Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. 2015. "Marketing an Introducing Prentice Hall. England: Pearson Education Inc."
- Kotler & Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. 13th ed. ed. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Keller. 2012. "Marketing." In Jakarta: Ghalia, 84.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*. 9th ed. Pearson Prentice Hall.
- Mutinda Teguh Widayanto, Moh Iskak Elly, Windi Prasetyo. 2021. "URGENSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Rizza Bordir Probolinggo)." 27.

- Nasution. 2002. *Metodologi Research Penelitian Ilmiah*. ed. Budi Aksara. Jakarta.
- Nurhayati, Risma, Muhammad Hasanuddin, and Dedi Suyandi. 2022. “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo.” *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* 2(2): 15–29.
- Priansa, Bukhari Alma dan Donni Juni. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Toko Modern Di Yogyakarta Dwi Wahyu Pril Ranto Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta.” *Jurnal Bisnis Teori Imolementasi* 6(1): 15–32.
- Riyono, & Budiharja, G. E. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati.” 8(2): 92–121.
- Sugiyono. 2012. *Pendekatan Penelitian Ilmiah*.
- . 2013a. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- . 2013b. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryanto. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk (Studi Kasus Pada PT Simongan Plastik Factory Semarang).” *Analisis Bisnis Ekonomi* 2(1): 39.
- Susliawati, Agus Karjuni & Eli. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka.” *Ekonomi dan Bisnis Islam* 2: 163–77.
- Tanjung, Siti Sapuroh & Hendri. 2023. “Pengaruh Bauran Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam.” 5(2): 730–44.

- Tjiptono. 2009. *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Wardayati, Desiana Dwi. 2019. “Perilaku Konsumen.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 11–28.
- Wardhana, Aditya. 2022. “Teori Perilaku Konsumen; Konsumsi Perilaku Konsumen.” *Penerbit Media Sains Indonesia* (1): 1–8.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perilaku+konsumen+muslim&ots=-VFp8Lz8oQ&sig=qBPGbhGmgJGP_eg-qGsPRR-uEc0.
- Willy Wijaya. 2018. “KEPUASAN KONSUMEN DI YOSHINOYA GALAXY MALL SURABAYA.”