

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementrian R. (2019). *Al-Qur'an Dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/Faqih.V5i1.54>
- Alenda, D. A., Ramilah, S., Aprilda, G. P., & Yusuf, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shopeepay. *Accounting And Management Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.37034/Infab.V5i4.772>
- Amir, A. (2021). *Ekonomi Dan Keuangan Islam*. WIDA Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=Vtvceaaaqbaj>
- Amri, A. D., Syati, R., Fitri, R., Zahwa, R. R., & Adeliyani, M. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Putusan Pembelian Konsumen Pada UMKM Ramen Di Kota Jambi. *Indonesian Journal Of Economics, Management, And Accounting*, 1(6), 554–563.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i4.22>
- Ariyadi. (2018). Business Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.
- Bhagya, T. G. (2021). Analisis Faktor Kualitas Produk Yang Menentukan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di MT KPBS Pelanggan). *Ekonomi: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 41–49. <https://doi.org/10.37577/Ekonom.V3i1.321>
- Butarbutar, M., Efendi, Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V7i2.395>
- Claudio Musa Sangkay, P., F A Tumbuan, W. J., & C Wangke, S. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Cafe Kopi Soe Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,

10(4), 1029–1039.

- El, Wafa Faqih, & Antasari, B. (2022). *Implikasi Teori Maqasid Al-Syari'ah Al-Syatibi Terhadap Perilaku Konsumen*. 9(1), 356–363.
- Faiq, Abdiilah Ulil Absor, Sari, N., & Rahmawati, L. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Kebutuhan Dan Utilitas Salon Muslimah. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(3), 4350–4362.
- Fauzia, I. Y. (2018). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=Hf4ceaaaqbaj>
- Furqon, M., Rahayu, S., & Astiati, D. I. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 7(1), 4–5.
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 501–510. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23421>
- Hidayati, L., & Wibowo, D. (2023). Analisis Biaya Kualitas Produk Dalam Mempertahankan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(9).
- Ibnu Khayath Farisanu, Agus Budi Sadhono, & Lili Indah Agustina. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Apotek Annisa Farma Tanah Grogot. *Jurnal Of Management And Social Sciences*, 1(1), 102–119. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i1.78>
- Ikka, N. D. A., Utomo, I. B., & Aditya, D. (2024). *Manajemen Ritel Modern*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=H8wneqaaqbaj>
- Ilham, M. (2022). *SISTEM INFORMASI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN - Jejak Pustaka*. Jejak Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=3k2meaaaqbaj>
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Sim Keliling*. CV. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=9ccrdwaaqbaj>
- Indrawan, M. G., Raymond, & Siregar, D. L. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 81–87.

<https://doi.org/10.35134/ekobistek.V10i2.57>

- Isnaeni, N., Indrawijaya, S., & Syafri, R. A. (2018). Model Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Kuliner Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(3), 252–262. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V7i3.5846>
- Kurhayadi, & Kushendar, D. H. (2023). *Kebijakan Dan Pelayanan Publik*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=Zilreaaaqbaj>
- Liling, A. (2019). Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *Jurnal Balanca*, 1(1), 71–91. <https://doi.org/10.35905/Balanca.V1i1.1040>
- Lubaba, A., & Prasetyoningrum, A. K. (2019). Etika Bisnis Islam : Implementasi Pada Umkm Wirausahawan Krupuk Tayamum Di Desa Sarirejo Kec. Kaliwungu Kab. Kendal. *Ekonomi Dan Bisnis*, 22(1), 27–36.
- Lubis, P., Rizal, M. A., & Amir, A. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Cv Teanol Group Indonesia Kota Jambi (Study Kasus Caffee Teanol Karya). *Journal Of Islamic Economic And Finance*, 4(3), 166–173. [https://repository.unja.ac.id/50864/%0ahttps://repository.unja.ac.id/50864/6/Bab V.Pdf](https://repository.unja.ac.id/50864/%0ahttps://repository.unja.ac.id/50864/6/Bab%20V.Pdf)
- Lubis, U. S. A., & Bunahri, R. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Faktor Keamanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 571–577.
- M. Dahlan, H. (2020). Komunikasi Lemah Lembut Dalam Studi Hadits. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 11(1), 48. <https://doi.org/10.47498/Tanzir.V11i1.351>
- Maklassa. (2023). *Manajemen Perilaku*. Nas Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Zruseaaaqbaj>
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang). *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>

- Maksudi, Bahrudin, & Nasruddin. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 825–840. <https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/View/8508>
- Maryati, Darna, N., & Muhidin, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pd. Sumber Rezeki Singaparna). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(2), 104–115.
- Mudjanarko, W., Sulastri, D., Wahyuni, A., & Pustaka, S. M. (2020). *Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Ikwceaaaqbaj>
- Mulyani, Y. S. (2021). E-Commerce Solusi Pemasaran Umkm Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Umkm Di Kota Tasikmalaya). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 131–141. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i2.11293>
- Muspiha. (2023). *Platform Digital: Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan*. Rena Cipta Mandiri. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Pe-Weaaaqbaj>
- Nasuka, M. (2022). *Membangun Kepuasan Pelanggan Bank Syariah: Pendekatan Konsep Islamic Marketing*. Goresan Pena. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Gmeleaaaqbaj>
- Nasuka, M., & Purwo Adi Wibowo. (2023). *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Unisnu Press. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Spmyeaaaqbaj>
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit Nem. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=3vlseaaaqbaj>
- Nurrofi, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Indomaret Hayam Wuruk Purwodadi. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(2), 97–107. <https://doi.org/10.37470/1.23.2.180>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat BELI MASYARAKAT*. Nas Media Pustaka. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=H9T9EAAAQBAJ>

- Pasigai, M. A. (2022). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Pratiwi, H. (2024). Overview Rantai Nilai Halal (Halal Value Chain) Pada Bahan Pangan Olahan Daging Di Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 18704–18711.
- Putro, A. N. S., Hannan, S., Widyanti, D. V., Putra, F. A., Suhartono, D., Syamsulbahri, Sitorus, Pranowo, D. A. S., & Reresimi, H. M. (2024). *PENGANTAR ILMU BISNIS*. Lakeisha.
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=G94deqaaqbaj>
- Ramdania, W. (2021). Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Asy-Syari'ah*, 22(2), 275–290.
<https://doi.org/10.15575/As.V22i2.8259>
- Raniya, R. F., Lubis, Permana H., Esuma, T. M., Tabrani, M., & Nizam, A. (2024). *Dampak Social Media Marketing Dalam Kepercayaan Konsumen*. Syiah Kuala University Press. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=O2j-EAAAQBAJ>
- Ridhwan, Pauzia, D., & Fitri, Lucky Enggrani. (2024). Respon Pelaku Usaha Tentang Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Kasus Kantin Universitas Jambi). *Jurnal Of Sharia Economics*, 6(1), 77–89. <http://dx.doi.org/10.35896/jse>
- Rizky, M. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Cafe Rawasakti Menurut Tinjauan Pemasaran Syari'ah, Skripsi*. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
<https://doi.org/10.1>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Saniah, S., Ariadi, B. Y., & Harpowo, H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai “Pesenkopi” Di Kota Malang.

Agriecobis : Journal Of Agricultural Socioeconomics And Business, 3(1), 40–49. <https://doi.org/10.22219/Agriecobis.Vol3.No1.40-49>

Setyadi, B., & Sartika, D. (2021). *Pengaruh Struktur Modal Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jejak Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Bkzmeaaaqbaj>

Siswanto, Y. Teguh, & Dwi Cahyono. (2022). *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Cv. Azka Pustaka.

<https://books.google.co.id/books?id=U1z-Eaaaqbaj>

Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100.

Srisusilawati, P. (2020). *Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*. Cv Pena Persada.

<https://books.google.co.id/books?id=Ci7leaaaqbaj>

Teguh, S. Y., & Dwi, C. (2022). *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Cv. Azka Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=U1z-Eaaaqbaj>

Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi. https://books.google.co.id/books?id=_H6reaaaqbaj

Wahyuni, E. (2021). Pengaruh Komunikasi Dan Promosi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Mineral Medan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 5(4), 77–82.

Wibisono, D. (2013). *Riset Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=2atedwaaqbaj>

Yulianto, R. T., & Ramadhona. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket Terhadap Kepuasan Pelanggan PT POS INDONESIA (PERSERO) (Studi Kasus Kerjasama Telkomsel Dengan PT POS INDONESIA Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(1), 1–11.