

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Al-Kausari, M. A. (2021). Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan). *Jurnal UIN Mataram*, 205.
- Al Satria, M. I., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 401–414. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3690>
- Aldi, R., Hasanah, M., & Bashori, D. C. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pemasok pada Umkm Pengumpul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6857–6868. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.3824>
- Anggilia, M., Purnomo, J. H., & Hidayati, N. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Hcg (Hikma Collection Group) Di Pondok Pesantren Miftahul Hikmah Karang Kecamatan Parengan Kabupaten Tuban. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 15(2), 265–300. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v15i2.1344>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arfizal, R. (2017). *Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar*.
- Aulia, P. A. (2024). *Pemikiran Etika Ekonomi Syariah Menurut Muhammad Abdul Mannan Dan Syed Nawab Haider Naqvi (Analisis Komparatif)*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). *Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur'an Dan Hadits: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadits*. 02.
- Jazil, T., & Hendrasto, N. (2021). Prinsip & Etika Bisnis Syariah. *Institut Tazkia, Kneks, Ekonomi Syariah*, 1–66.

<https://kneks.go.id/storage/upload/1686216705-Prinsip & Etika Bisnis syariah.pdf>

Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, VII(1), 63–74.

Kahfi, M. T. (2024). *New Design Pasar Anyar Kota Tangerang*.

Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>

Lestari, Y. A. P. (2022). *Analisis Sistem Etika Islam Syed Nawab Haider Naqvi Terhadap Leveling Option Jasa Ekspedisi Pada Shopee Marketplace*.

Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, 9(2), 111 – 119. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>

Masykuroh, N. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.

Mokalu, T. M., Nayoan, H., & Sampe, S. (2021). Peran pemerintah dalam pemberdayaan pasar tradisional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/view/34847>

Mudrikatin, S., & Setyowati, R. (2023). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Atas Kualitas Layanan Jasa Edukasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Mahasiswa Program Studi D-Iii Kebidanan Di Stikes Husada Jombang*. 4(2), 19–24.

Muslimin, M. I., & Darwanto, D. (2021). Studi Komparasi Pemikiran Ekonomi Islam Syed Nawab Haider Naqvi dengan Yusuf Al-Qardhawi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 136–161. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.540>

Nasution, A. M. (2018). Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan Dan Pranata Sosial*, 4(1), 88–100. <https://doi.org/10.24952/el-qonuniy.v4i1.1829>

Nur Rahmawati, & Irmayanti Hasan. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12922](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922)

Nurmadiansyah, M. T. (2021). *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*.

Prasetyo, A. (2021). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Katak Porang Di Desa Ngebel Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo*.

- Pratama, W. C. (2023). *Pengaruh Kenaikan Tarif Dan Kualitas Pelayanan Ojek Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Bisnis Islam Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pelanggan GO-JEK di Bandar Lampung)*.
- Putra, M. G. D. H., Arsa, A., & Solichah. (2023). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Merlung*. 1(6).
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahmadani, N. (2023). Konsep Berdagang Dalam Prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi*, x.
- Rahmawati, N. T., Kosim, M., & Sutisna. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Leuwiliang, Kab. Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 894.
- Riyani, A., Pramesti, A. A., Athirah, E. Z., & Zahra, N. S. A.-. (2023). Cara berdagang yang benar menurut pandangan islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(4), 57–73.
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 129–140. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.653>
- Saifudin, S., Ahmad, M., Agustin, H., & Fahrial, F. (2022). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Loyalitas Konsumen Pada Pedagang Komoditas Pangan Di Pasar Cik Puan Kota Pekanbaru*.
- Sari, Y. N., Sari, R. M., & Bukhari, A. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai Rawit Merah (*Capsicum chinense jacq*) di Pasar Anyar, Kota Tangerang. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 4, 468–474. <https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i.538>
- Shahira, S. (2023). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Toko Emas Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh)*.
- Shepia, Abidin, Z., & Kardasih, S. (2024). *Pasar Islami: Penerapan Etika Bisnis Islam bagi Pedagang Sembako*.
- Shofiyah, Z., & Faishol, M. (2024). Korelasi Aksioma Etika Islam Dengan Perilaku Ekonomi Islam. *At-Tasharruf “Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah,”* 6(1), 14–26. <https://doi.org/10.32528/at.v6i1.1632>
- Sopani, S. K. (2021). *Perancangan Pasar Anyar Tangerang sebagai Ruang Publik*

dengan Pendekatan Urban Lifestyle.

- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, & Ariyani, N. (2023). Loyalitas Pelanggan. In E. Damayanti (Ed.), *Sustainability (Switzerland)*. WIDINA BHAKTI PERSADA.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sumilat, R. (2021). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pasar Tradisional (Studi di Pasar Langowan). *Jurnal Politico*, 10(3), 1–11.
- Syafa'at, A., & Afif, A. (2021). Pengaruh Pendekatan Etika Bisnis Islam Dan Garansi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Handphone Di WTC Banyuwangi. ... *Journal of Islamic Economics and ...*, 4(2), 22–35.
<https://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/view/1002%0Ahttps://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/download/1002/303>
- Syah, R. (2024). *Faktor Penentu Terciptanya Loyalitas Konsumen Di Pasar Tradisional Asri Marindal Kecamatan Patumbak , Kabupaten*. 9(204), 682–692.
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*.
<http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/12521>
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Widiasari, S., & Zulfa, F. E. (2020). Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Kependidikan Dan Syariah*, 8(1), 33.
<http://www.jurnal.staiba.ac.id/index.php/Al-Hikmah/article/view/233>
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhamad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 1–10. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>