

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, A. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Padang*. 4(5), 1422–1433.
- Fauzi, A. A. (2019). Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.718>
- Fitriani, kiki nurul. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah. *Statistical Field Theor*, 53(9), 1–142.
- Hadi, W. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Kafe Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Kafe Gapura Lawas Desa Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat) Skripsi Oleh: Wimbi Prima Hadi 188320218 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universi. *Skripsi*.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <https://doi.org/10.32832/inovator.v10i2.5973>
- Huda, M. (2019). *Pengaruh Harga, Lokasi/Tempat, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pedagang Kaki Lima Kabupaten Jember*.
http://digilib.uinkhas.ac.id/13488/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/13488/1/Miftahul_Huda_E20152111.pdf
- Ii, B. A. B., Pustaka, A. T., Halal, K., & Awareness, H. (2023). *September*, 14–57.
- MACHTUNINA, K. A. (2023). *Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*.
- Novia, A., Satria, H. W., Sumarni, F., Arfat, F. I., Syuhada, O., & Silvinar. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bakso Di Padang. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–15.
- Oktavia, K. I. R., & Samboro, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk. *Administrasi Dan Bisnis*, 17(1), 1–57.
- Online, I., Fadillah, N., Kholil, A., & Zuhirsyan, M. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Padian Martabak Buffet Ahmad Salim Medan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2.8908>

- Pangestu, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Alfamart Rancaekek KM17 Di Munggang Kecamatan Jatinangor)*. 4(1), 1–149.
- Ridoanto, T., Mislinawati, & Triaudi, G. (2020). Kepuasan Konsumen. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)
- Rifa'i, K. (2019). KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) ; Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA'I%2C SE.%2CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA'I%20SE.%20CM.Si.pdf)
- Rika Rahim, Marlya Fatira, N. A. K. . (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Bsi. *Jurnal Konferensi Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 513–519. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/897%0Ahttp://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/897/463>
- Rizqia, F. (2005). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HALAL FOOD (Studi Kasus di Studio Foodcourt Tunjungan Plaza Surabaya). *Narratives of Therapists' Lives*, 104.
- Saniyah, Z. (2019). *Analisis kualitas pelayanan dengan model CARTER (Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiviness) terhadap kepuasan nasabah BMT Assyafi'iyah Kotagajah*. 116.
- Widyastuti, S. (2019). Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis. In *Cv Irdh*.
- Anwar Fathoni, M., Sari, R., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, F. (2023). Determinasi Pembelian Makanan Halal Melalui Platform Digital: Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 45–54. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7100DOI:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7100>
- Badak, L. C. A. P. (2024). *Issn : 3025-9495*. 9(5).
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Jumeri, J., Khosyani, & M.A.F, F. (2021). Analysis of Halal Certification Renewal Service Quality and Their Effect on the Customer's Satisfaction and Loyalty in Yogyakarta (Case Study in Meatball Stall). *Journal of Food and Pharmaceutical Sciences*, 9(1), 372–383. <https://doi.org/10.22146/jfps.1148>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM : Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1), 96–107.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yulistiara, E. (2021). Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era New Normal Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era New Normal*.