

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, Y. (2015). *Partial least square (PLS): alternatif structural equation modelling (SEM)* (Andi (Ed.)).
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- Anang Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Publisher.
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Arief. (2020). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Widiana Bakhti Persada.
- Bau Salman, A., Muzakkir, & Naida. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada RSUD Lamaddukelleng Sengkang KABUPATEN WAJO. *PRECISE: Journal of Economic*, 2(1), 37–43.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Daryanto, & Setyobudi, S. (2014). *KONSUMEN DAN PELAYANAN PRIMA*. GAVA MEDIA.
- Ediriadi. (2018). *Statistika penelitian (analisis manual dan IBM spss)* (Andi (Ed.)).
- Efnita, T. (2017). Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 172–180.
- FANDY TJIPTONO. (2014). *PEMASARAN JASA (PRINSIP, PENERAPAN, PENELITIAN)*.
- FANDY TJIPTONO dan, & Gregorius Chandra. (2016). *Quality and Statisfaction* (Andi (Ed.)).
- Goesth, & Davism. (1019). *Kualitas Pelayanan*. Erlangga.
- Hafidudin, D., & Hermawan Kartajaya. (2015). *Manajemen Pemasaran Syariah*. Ramdhani.
- Halim, & I. (2022). *Marketing Mix (Bauran Pemasaran)*.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan

- Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1904>
- Hartati, N. (2020). Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2010 – 2016. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(01), 92–119. <https://doi.org/10.37366/jespb.v5i01.86>
- Heri, I. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. *Skripsi*, 5(1), 1–127.
- <https://quran.nu.or.id/al-a'raf/56>. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/al-a'raf/56>
- <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168>. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168>
- <https://quran.nu.or.id/al-isra/84>. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/al-isra/84>
- <https://quran.nu.or.id/al-maidah/1>. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/al-maidah/1>
- <https://quran.nu.or.id/an-nisa'/58>. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/an-nisa'/58>
- <https://tafsirweb.com/5286-surat-thaha-ayat-44.html>. (n.d.). No Title.
<https://tafsirweb.com/5286-surat-thaha-ayat-44.html>
- Huda, N., & DKK. (2017). *Pemasaran Syariah teori dan aplikasi*. Kencana.
- Irmayanti Hasan. (2014). *Manajemen Operasional Persepektif Integratif*. UIN Maliki Press.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Jempa, N. (2017). Nilai-Nilai Agama Islam. *Pedagogik: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 101–112.
- Jhon C. Mowen, & Minor, M. (2020). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Kasmir, & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi Revi). prenadamedia group.
- Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, K. L. &, & Chemev, A. (2022). *Marketing Management*.
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(1), 222–236.
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Lupiyoadi, & Rambat. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Masson gros. (2017). *Planned Behavior the Relationship Between Human Thought and Action*.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Muhajirin, & Maya. (2018). *Panorama pendekatan praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. idea press.
- Muhajirin, & Maya Panorama. (2018). *Pendekatan Praktis Penelitian Kualitatif dan*

Kuantitatif. Idea Press.

- Murnilawati, & Hairudinor. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “Andina” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(1), 1–9.
- Nana Herdina Abdurahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Paulus Insap Santosa. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis Dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*.
- Philip Kotler. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Alih Bahasa Hendra (Ed.)).
- Philip Kotler, & Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ket).
- Rustiana, & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 25–43.
- S Siringoringo, I. N., H Jan, A. B., Karuntu, M. M., Nurindah Sari Siringoringo, I., Bin Hasan Jan, A., Mourah Karuntu, M., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Hotel Biz Boulevard Kota Manado Dengan Metode Servqual Analysis of Service Quality At Hotel Biz Boulevard Manado City With Servqual Method. 11(4), 1199–1210.
- S SULISTIYANI. (2023). ANALISA PASAR DAN PERILAKU KOSNUMEN. STIPAS TAHASAK DAN UM PAMBELUM KEUSKUPAN PALANGKARAYA.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.
- Sopiah, & Etta Mamang Sangadji. (2016). *Salesmanship:Kepenjualan*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumadi, S. (2017). Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(2), 112. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i2.104>
- Supomo, B. (n.d.). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. BPFE.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tami Utari, Juwita Anggraini, Y. P. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Rofiqoh Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang). *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2(1), 95–112. <https://e->

journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent

Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (Ed.); Edisi 4).

Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan* (Al-Fathonah (Ed.)).

umar husein. (2015). *study kelayakan bisnis* (edisi keti). gramedia pustaka utama.

Zainal, V. R., Antoniu, M. S., & Hadad, M. D. (2014). *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam*. BPFE.

Zainal, V. R., & Dkk. (2017). *Islamic Marketing Management*. Bumi Aksara.

Zamzam, H. F., & Arafik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*. CV Budi Utama.