

## DAFTAR PUSTAKA

*Al - Quran*

- Abdillah, W., H. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Andi.
- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Abrori, I., Agustin, T., & Sholihin, M. R. (2021). *Effects of Prices , Product Quality , and Halal Labels on Repurchase Interest of Wardah at Avon Stores Purwoharjo Banyuwangi*. 2(2), 76–88.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amstrong, K. dan. (2016). *Principles of marketing (Sixteenth)*. Pearson Education Limited.
- Ananda Sabil Husain. (2015). *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0*. Brawijaya.
- Anggraeni, D., & Ekonomi, J. (2021). *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli ulang pelanggan pt sakyoputra pratama*. 22(2).
- Antari, D. R. (2017). *Analisis Leadership dan Human Relation dan Semangat Kerja Karyawan (Studi Kasus di BMT Lima Satu Jepara)*. UIN Walisongo.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing (17th red)*.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Basu, S. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE UGM.
- Basu Swasta, D. dan I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*,. Liberty.
- Ghozali, I. dan Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, A. (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkan untuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*. Humaniora.

- Hair, Joseph E, J. et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications,Inc.
- Hartono, J. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE.
- Hume, M., & Mort, G. S. (2010). The Consequence of Appraisal Emotion, Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Repurchase Intent in The Performing Arts. *Journal of Service Marketing*, 24, 170–182.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan* (Cetakan ke). Graha Ilmu.
- Jaringan, P. K., Promosi, H. D. A. N., Sahputra, B., & Marpaung, H. (n.d.). *TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKET INTERNET SMARTFREN SUPER 4G UNLIMITED ( Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sei Balai )*.
- K. Hellier, et al. (2013). Customer repurchase intention A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/13), 1762–1800.
- Komarudin, H., Sulaeman, A., & Jasmani, J. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 354–363. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6798>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13,). Rajawali.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen*, (15th Editi). Pearson Education,Inc.
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–6489.
- Lovelock, Christopher, D. (2012). *Pemasaran Jasa* (Edisi Ketu). Erlangga.
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), 27–36.
- Mursid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran*,. PT Bumi Aksara.
- Paul., J. C. O. dan P. J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Sembilan.). Salemba Empat.

- Purnomo, A. N. M., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bbq Mountain Boys Burger Bandung. *EProceedings of Management*, 9(1).
- R, L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rio Rizky Priambudi, Estikowati, Stella Alvianna, Dewi Hermin, & Aprillia Rachmadian. (2022). The Effect of Attractions, Facilities, and Prices on Customer Satisfaction at The Written Batik Celaket Center, Malang City. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 5(1), 91–97.
- S, R. (2013). *No Title Smart safety, Panduan Penerapan SMK3 Yang Efektif* (R. S (ed.)). Dian Rakyat.
- Sarwono, J. dan Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Penerbit ANDI.
- Saudah, & Siti. (2020). Pengaruh Harga Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pelanggan Traveloka Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Repositori.Usu.Ac.Id*, 29. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/27347/150502045.pdf?sequence=1>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2013). *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sutriyani. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor ( Mazda Makassar ) Sutrayani. *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar*, 1–129.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen penjualan*. BPFE UGM.
- Syarifatul, M., N., R., & Abs, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 13–25.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*,. Andi

Offset,.

- Triyadi, T. (2020). Effect of Promotion and Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Surya Karya Prima in Jakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.26858/ja.v7i1.13584>
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*,. Grafindo Persada.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1014–1022.
- Wicaksono, A. P., Rachma, N., & Khoirul, M. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Di Toko Distortion Merch Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8(3), 130–139.
- Widiana, Erna, M. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*,. Karya Putra Darwati,.
- Wiguna, I. P. Y. A. dan I. W. S. (2020). Peran brand image dalam pengaruh sponsorship terhadap niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(1), 199–217.
- Yuliyanto, W. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen*. 1(2), 168–172.
- Surat An-Nisa Ayat 29: Arab-Latin dan Artinya. (2022). TafsirWeb | Baca Al-Qur'an Online Terjemah Tafsir. <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>
- admin. (2018). Fiqh Archives - Page 5 of 5 - Yayasan Islam Nurus Sunnah Semarang. Yayasan Islam Nurus Sunnah Semarang. <https://nurussunnah.com/category/fiqh/page/5/>
- Harus Saling Rela Dalam Setiap Transaksi – PengusahaMuslim.com. (2022). Pengusahamuslim.com. <https://pengusahamuslim.com/2059-harus-saling-rela-dalam-setiap-transaksi.html>
- Mahbib Khoiron. (2018, August 25). Ketentuan Saling rida dalam Jual Beli. Nu.or.id; <https://islam.nu.or.id>. <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/ketentuan-saling-rida-dalam-jual-beli-fThQR>