

DAFTAR PUSTAKA

- Adriany, V. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. TB Simatupang). *Commerce Jurnal Ilmiah*, 6(1), 63-82.
- Agung, R. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha CV. Saporito Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. Skripsi.
- Al Quran dan Terjemahannya*. (2019). Jakarta: Kementerian Agama.
- Al-Baghawi. (n.d.). Syarh Al-Sunnah, vol.8, 167. Dalam *Al-Mughni*, vol. 6, 215.
- Al-Barr, I. A. (n.d.). Al-Tamhid, vol.13.
- Amanda, D. (2017). Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara IB Terhadap Loyalitas Nasabah. 60.
- Anim, A., & Indiani, N. L. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Strt Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 99-108.
- Armalinda. (2019). Pengaruh Citra Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Blueberry Lahat). *Jurnal (Riset Ekonomi Manajemen)*, 3(1), 63-69.
- Azazi, L. W., Arifin, A., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai PesenKopi Jl. Sunan Kalijaga No. 8, Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(17).
- Bukhari, A. (2000). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Bukhari, A., & Prisiana, D. J. (2014). Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Chairunnisa, F. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Indomobil Datsun Adam Malik Medan.
- Chandra, D. A. (2016). Analisis Pengaruh Mega Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Di Hypermart Ponorogo.
- Coulter. (2006). Dalam M. Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (hal. 12). Jakarta: Erlangga.
- Dessy, W. S., Saryadi, & Nurseto, S. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Lembaga Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 100-112.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333-341.
- Ghozali, I. (2008). Dalam *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0* (hal. 113). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). Dalam *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0* (hal. 105). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harun. (2017). *Fiqih Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- HR.Al-Bukhari. (n.d.). Kitab Al-Buyu'. Dalam *Musarrah*, no. 2148, vol.2, 102.
- HR.Al-Bukhari. (n.d.). Kitab Jual Beli, Bab An-Najsy, no. 2142, vol. 2, 100.
- HR.Muslim. (n.d.). Kitab Al-Iman, No 102 Vol 1.
- Jaribah. (2006). *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab Cet. Ke-1*, alih bahasa oleh: Asumsi Solihan Zamakhsyari. Jakarta: Khalifa.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Junianto, A., Wahono, B., & Rahman, F. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Mie Instan Indomie (Studi Pada Mahasiswa Kos Kelurahan Madurejo, Kecamatan Arut Selatan, Kalimantan Tengah). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(25).
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan - Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (hal. 875). Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler, P. (2016). Dalam M. Rahman. Bandung: Unpad.
- Kusumawardani, E. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Word Of Mouth Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Istiqomah Karangrejo.
- Nasruddin, Priyono, A. A., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Tiara Toserba Desa Banjarwati Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(10).
- Novianti, Endri, & Darlius. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90-108.
- Nugraha, I. M., & Sugiarto, Y. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keseuaian Hrga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsmen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 181-188.
- Olivia, G. R., & Ngatno. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 742-752.
- Purba, P. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan Kereta Api pada PT. Kereta Api (Persero) Cabang Medan.
- Saputra, I., Lewangka, O., & Munir, A. R. (2020). *The Influence of Product Quality and Promotion on Repurchase Pertamina through Consumer Satisfaction in Makassar City*. *Journal of Business Strategy*, 2(2), 79-92.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal *Path Analysis*: Sejarah, Pengertian, dan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11(2), 285 - 296.
- Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kembali melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2).

- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 98-108.
- Setyaningrum, F., & Jasarwati, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(4), 17-25.
- Sugiono. (2012). In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 195). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyanti, & Sutopo. (1998). In M. Rahman. Bandung: Unpad.
- Utama, M. B., & Ngatno. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 144-155.
- Wahyuni, A. (2012). Kajian Bauran Promosi Di Perguruan Tinggi "X". *Jurnal Liquidity*, 1(2), 175-182.

Sumber Internet:

- Afiruddin, M. (2021, Mei 30). *Tafsir Surah An-Nisa' ayat 29: Prinsip Jual Beli dalam Islam*. Retrieved Agustus 6, 2021, from Tafsir Alquran: <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nisa-ayat-29-prinsip-jual-beli-dalam-islam/>
- Al-Bukhari, I. (2016, Desember 13). *Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam*. Retrieved Agustus 6, 2021, from Rumah Fiqih Indonesia: <https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473>
- Al-Madinah, A.-M. (n.d.). *Tafsir Web*. Retrieved Agustus 18, 2021, from <https://tafsirweb.com/9776-quran-surat-al-hujurat-ayat-6.html>
- Al-Mukhtashar. (n.d.). *Tafsir Web*. Retrieved Agustus 18, 2021, from <https://tafsirweb.com/1887-quran-surat-al-maidah-ayat-3.html>
- Al-Muyassar. (n.d.). Retrieved Agustus 19, 2021, from Tafsir Web: <https://tafsirweb.com/3374-quran-surat-yunus-ayat-100.html>
- Al-Muyassar. (n.d.). *Tafsir Web*. Retrieved Agustus 18, 2021, from <https://tafsirweb.com/1984-quran-surat-al-maidah-ayat-100.html>
- Astuti, N. F. (2020, Juni 10). *Merdeka Jabar*. Retrieved Juli 4, 2021, from Merdeka.com Website: <https://www.merdeka.com/jabar/perbedaan-visi-dan-misi-yang-wajib-diketahui-jangan-sampai-keliru-kln.html#:~:text=Visi%20adalah%20tujuan%2C%20masa%20depan,cara%20serta%20ba%20gaimana%20untuk%20mewujudkannya>.
- Dahlan, A. (2014, November 18). *Teknik Analisis Data*. Retrieved April 9, 2021, from Eureka Pendidikan: <https://eureka pendidikan.com/teknik-analisis-data-statistik>
- Daily Social id. (2017, May 22). *Riset Jana: Grab adalah Aplikasi On-Demand Paling Banyak Dipasang di Indonesia, Go-Jek Paling Aktif Dipakai*. Retrieved January 29, 2021, from Daily Social.

- Fetry, W. (2019, February 6). Retrieved January 20, 2021, from Media Indonesia.
- Grab Indonesia. (2019, April 30). *Demam Bubble Tea di GrabFood*. Retrieved January 28, 2021
- Heri. (2017, Agustus 30). Retrieved Juli 4, 2021, from Salamadian Website:
<https://salamadian.com/pengertian-contoh-perbedaan-visi-dan-misi/>
- Lufaei. (2021, April 4). *Tafsir QS. Ali Imran 159: Demokrasi itu Islami dan Sejalan dengan Ajaran Nabi*. Retrieved Agustus 18, 2021, from Akurat.co: <https://akurat.co/tafsir-qs-ali-imran-159-demokrasi-itu-islami-dan-sejalan-dengan-ajaran-nabi#:~:text=Artinya%3A%20%E2%80%9CMaka%20disebabkan%20rahmat%20dari,mereka%20menjauhkan%20diri%20dari%20sekelilingmu.&text=Kemudian%20apabila%20kamu%20telah%20membul>
- Nashr, T. (2016, Desember 13). *Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam*. Retrieved Juli 23, 2021, from Rumah Fiqih Indonesia:
<https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473>
- Sajjadia, S. (2019, Oktober 7). *Konsep Promosi dalam Perspektif Islam*. Retrieved Juli 23, 2021, from Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/sahirasjd/5d9a1e430d82304dec3ea982/konsep-promosi-dalam-perspektif-islam>
- Shihab, Q. (n.d.). Retrieved Agustus 5, 2021, from TafsirQ: <https://tafsirq.com/74-al-muddassir/ayat-38>
- Shihab, Q. (n.d.). Retrieved Agustus 18, 2021, from TafsirQ: <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-16#tafsir-quraish-shihab>
- Shihab, Q. (n.d.). Retrieved Agustus 19, 2021, from TafsirQ: <https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-148#tafsir-quraish-shihab>