

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan. Departemen Agama RI. Semarang: PT. Karya Toha Putra

Buku

Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Square Approach To Structural Equation Modeling*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. (2009). *istem Teknologi Informatika*. Yogyakarta: Andi.

Kotler. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, dan Armstrong (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prentice Hall.

Latan H., dan Ghozali (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang: Badan enerbit Universitas Diponegoro.

Rusfi, M. (2016). *ANTARADHIN Dalam Perspektif Perdagangan Kontemporee Dan Implikasinya Terhadap Pemindehan Hak Kepemilikan*. Yogyakarta: deepublish.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Tjiptono F., dan Chandra (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta:

Tjiptono, F. (2008). *Stratei Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal

- Ambarwati M., Sunarti, dan M. K. Mawardi. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Syrvei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25, No. 1*, 1-7.
- Andjarwati, P. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Research in Economics and Management Vol. 16, No. 1*, 84-104.
- Apriliana, E. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 1*, 10-30.
- Arif, M. E. (2019). The Influence of Electronic Word of Mouth (EWOM), Brand Image, and Price on Repurchase Intention of Airline Customers. *Journal of Applied Management, Vol. 17, No. 2*, 345-356.
- Aryadhe P., dan N. M. Restini (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT Agung TOYOTA Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, no. 9*, 5695-5721.
- Bahar A., dan H. Sjahrudin (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen, vol. 3*, 14-34.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek OPPO di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA Vol. 5, No. 1*, 61-75.
- Dennisa E. A., dan S. B. Santoso (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management Vol. 5, No. 3*, 1-13.
- Dharmayana I. M. A., dan G. B. Rahanatha (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 4*, 2018-2046.
- Diansyah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop LENOVO dengan Inovasi Produk sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi Vol. 19, No. 2*, 15-29.

- Dwipayana B., dan E. Sulistyawati (2018). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang pada Go-food di FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 7, No. 10*, 5197-5229.
- Fakaubun, U. F. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu ADIDAS di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 4, No. 2*, 221-234.
- Fatmalawati D. S., dan A. N. Andriana (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 10, No. 2*, 177-186.
- Ghassani, dan M. Tiara (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, 1-8.
- Hidayat, A. (2017). Psikologi dan Kepribadian Manusia: Perspektif Al-Qur'an dan Pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian, Vol. 11, No. 2*, 467-486.
- Lorena E. Y. M., dan S. Martini (2019). Menilai Pengaruh Citra Merek, Keragaman Menu, Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Vol. 21, No. 02*.
- Mareta L. P., dan T. Kurniawati (2020). Pengaruh Kualitas produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *EcoGen, Vol. 3 No. 3*, 400-409.
- Palma M. A., dan A. L. Andjarwati (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Research in Economics and Management Vol.16, No. 1*, 84-104.
- Pardede R., dan T. Y. Haryadi (2016). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management Vol. 10, No. 1*, 55-79.
- Prabowo H., W. A. (2020). Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase INTention through Word of Mounth at Budget Hotels Airy Rooms. *Open Journal of Business and Management*, 8, 194-207.
- Prasetya W., dan C. Yulius (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang: Studi pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi Vol. 11, No. 2*, 92-100.

- Prastiwi S. K., Rabia dan R. Bagus (2019). Peran Product Quality, Information Quality dengan Mediasi Trust Terhadap Repurchase Intention pada Mitra UMKM GO-FOOD di Surakarta. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 20, NO. 1*, 44-54.
- Prastyaningsih A. S., I. Suyadi, dan E. Yulianto (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Vol. 16, No. 1*, 1-8.
- Pratama A. A. N., dan F. E. Yudiana (2020). *PERILAKU KONSUMEN MUSLIM, RELIGIUSITAS DAN PERILAKU HIJRAH*. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga.
- Ramadhan A. G., dan S. B. Santosa (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management, Vol. 6, No. 1*, 1-12.
- Ramaputra, dan Brian (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, 1-8.
- Resti D., dan H. Soesanto (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management Vol. 5, No. 1*, 1-12.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kalitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis manajemen Akuntansi (E-BISMA) Vol.1, No. 1*, 1-9.
- Saputra A. B., N. R. Ningrum, dan A. I. Basri (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 1, No. 1*, 32-38.
- Saputra I. G. M. D., dan N. W. Ekawati (2020). Mediating Role Customer Satisfaction Brand Image Effect on Repurchase Intention (A Case Study on Consumer Talib M.Aboe Shop in Tabanan City). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), Vol. 4, Issue 3*, 88-96.
- Sari D. A. T., dan I. G. A. K. Giantari (2020). Role of Consumer Satisfaction in Mediating Effect of Product Quality on Repurchase Intention. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences, Vol. 7, No. 1*, 217-226.

- Sari N. K. L., dan I. W. Santika (2017). Pengaruh Brand Image, Association, dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek ASUS. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol. 6, No. 8, 4099-4126.
- Sari R. K., D. Yulisetiari, dan Sudaryanto (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurna Bisnis dan Manajemen Vol. 10*, No. 2, 115-126.
- Savitri I. A. P. D., dan I. M. Wardana (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 7*, No. 10, 5748-5782.
- Surya A., dan A. Setiyaningrum (2009). Analisis Persepsi Konsumen pada Aplikasi Bauran Pemasaran serta Hubungannya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Business Strategy and Execution Vol. 2*, 13-39.
- Sutopo, T. W. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management Vol. 6*, No. 4, 1-15.
- Tunjungsari H. K., J. Syahrivar, dan C. Chairy (2020). Brand Loyalty on Mediator of Brand Image-Repurchase Intention Relationship of Premium-Priced, High-Tech Product in Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha, Vol. 20* No. 1, 21-30.
- Wantara P., dan M. Tambrin (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal 2(1)*, 1-9.
- Wijaya H. R., dan S. R. T. Astuti (2018). The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. *International Conference on Economics, Business and Economic Education, Vol. 2018*, 915-928.
- Wirayanthi N., dan S. Santoso (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara Vol. 2*, No. 1, 87-96.
- Yana R. D., Suharyono dan Y. Abdillah (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21*, No. 1, 1-7.

Skripsi

- Adaming, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ponsel Iphone*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Balqis, P. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Damayanti, C. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Fahrudin. (2018). *Analisis Pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Studi Kasus Konsumen Go-jek di Jakarta Selatan)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Farida, N. U. (2017). *Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Repurchase Intention Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fortuna, I. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Landau, C. (2018). *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen pada Bengkel Auto World Tire Gallery*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Mahemba, U. S. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Majid, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah dalam Peerspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Maulana, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Mendrika, S. G. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Oriflame*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

- Meylinda, M. V. (2017). *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sestem Online Shop*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nopriani, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Nursikin, R. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Pasaribu, dan M. Febrina (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk Pencuci Wajah POND'S pada Mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Perdana, S. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA di Kecamatan Rambatan ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pradana, C. W. (2018). *Pengaruh Promosi, Kualitas, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Produk AQUA*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Putra, A. (2018). *Pengaruh Brand Equity dan Religiusitas Terhadap Repurchase Intention pada Perusahaan Retail Berbasis Islam*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Putra, A. T. (2019). *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada Peraturan Umum Instalasi Listrik PT Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu*. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Romadhoni, M. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu NIKE pada Mahasiswa FIK UNY*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Safitri, J. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Kopi Instan Nescafe di Kecamatan Minas Kabupaten Siak*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sari, T. F. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PONS'S*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Sudrajad, G. (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiharto, dan Leonardos (2018). *Pengaruh Citra Merek, Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada SmartPhone SAMSUNG*. Yogyakarta: Universitas Sanatara Dharma.
- Sukmawati, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syamsul, M. (2010). *Studi Tentang Kualitas Fisik Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Sebelum dan Sesudah Terpapar oleh Cahaya Matahari di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Taufiq. (2013). *Pengaruh Prinsip 'Antaradin dan La Tazlimuna Wala Tuzlamun Terhadap Penentuan Laba oleh Pedagang di Pasar Los Kota Lhokseumawe*. Medan: Institut Agama Islam Negeri Medan.
- Ulum, B. (2018). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Loyalitas Pelanggan*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Vanisa, B. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Brand Prestige Terhadap Minat Beli Ulang Produk Smartphone OPPO*. Jakarta: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Wibisono, E. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*. Surabaya: Universitas bhayangkara Surabaya.
- Winarti, F. T. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Komsumen*. Bekasi: Universitas Pelita Bangsa.
- Yuniarti, Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediator*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yusat, M. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Galigo Food di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Yusep, E. A. (2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis di Percetakan Topten Kota Metro*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.

Website

AQUA. (n.d.). Retrieved from Danone-AQUA: <https://aqua.co.id/>

Kastolani. (2021, Februari 17). *Inews.id*. Retrieved from <https://www.inews.id/lifestyle/muslim/hadits-tentang-niat/all>

Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI). (n.d.). Retrieved from PengusahaMuslim.com: <https://pengusahamuslim.com/2059-harus-saling-rela-dalam-setiap-transaksi.html>

Primadia, A. (2018, November 13). *SejarahLengkap.com*. Retrieved from <https://sejarahlengkap.com/indonesia/sejarah-berdirinya-aqua>

sehataqua. (n.d.). Retrieved from sehataqua: <https://www.sehataqua.co.id>

Shihab, M. Q. (2018, Mei 22). Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/ajaran-islam-tentang-manusia-sebagai-makhluk-sosial-cpKp>

TafsirWeb. (n.d.). Retrieved from Tafsir Web: <https://tafsirweb.com/4053-quran-surat-ibrahim-ayat-7.html>