

DAFTAR PUSTAKA

Al – QURAN Kementerian Agama RI

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Aeni, N., Ekhsan, M., & Tanjung, A. (2019). The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction ONLINE TRANSPORTATION SERVICES. *PINISI Discretion Review*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.26858/pdr.v2i1.13230>

Alamsyah, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobil Toyota Avanza Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Toyota Avanza Di Jakarta Pusat)* [Universitas YARSI]. <https://digilib.yarsi.ac.id/7227/>

Arifin, I. (2022). *Prinsip-Prinsip dalam Pemasaran Syariah*. 5(2). <file:///C:/Users/user/Downloads/13467-35113-1-SM.pdf>

Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. PT. Elex Media Komputindo.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.

Astuti, M., & Matondag, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.

Bariroh, G. ., Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013-2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 48(1). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1878>

Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6.

- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Literasi Nusantara.
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisa Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Dwiyanti, E. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Instan Indomie Serta Ditinjau Menurut Sudut Pandang Islam*. Universitas YARSI.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Fiqihtha, E., Kuraesin, E., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 376. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i3.3713>
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Dotplus Publisher.
- Fitriani, A., Lukiana, N., & Kasmin, K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Handphone Samsung (Studi Kasus Lumajang Kota). *Progress Conference*, 1(1), 360–371.
- Hadian, R. W. A. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Binjai). *JASMINE*, 02, 95–104.
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Hudaya, A., Djumarno, D., & Djubaedah, S. (2021). the Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction That Implications on Repurchase Interest. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 150–160. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i1.990>
- Idrus, A. S. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan pembelian*. Nusa Creative.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

- Kemendagri, S. (2022). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Direktorat Jendral Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. PT. Indeks.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1237–1245. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802>
- Loo, P., & Kristina. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/329>
- Maulana, A. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Mubarak, Z. (2021). *Penelitian Kuantitatif dan Statistik Pendidikan*. CV. Pustaka Turats Press.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*, 9-789-7936-499-93, 755–762.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nurhadi, N. (2018). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Nurislam, G. F., Hayatudin, A., & Bayuni, E. M. (2019). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Penjualan Lpg Menurut Teori Tas ' ir Al -Jabari dalam Fiqh

Muamalah manusia dalam berhubungan dengan mengatur “ Analisis Mekanisme Penetapan Harga Penjualan LPG Menurut Teori Tas ’ ir penelitian ini diuraikan dalam pokok. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 428–434.

Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>

Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>

Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>

Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Dinamika Pembangunan*, 3(2), 196–207.

Purba, H. H., & Aisyah, S. (2017). *Quality Improvement And Lean Six Sigma; Meningkatkan Kualitas Produk Dan Kinerja Perusahaan Menuju Zero Defect*. Expert, Edisi Pertama.

Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Wahyuning Tyas, I. (2020). Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.52238/ideb.v1i1.20>

Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>

Setiaroh, T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam* [Universitas Yarsi]. <https://digilib.yarsi.ac.id/7189/>

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan

- Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sofyan, M., Junaidi, A., & ... (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi PT. Kadiri Logistik Cargo. *Senmabis* ..., 1(1), 83–95.
<https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/view/31%0Ahttps://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/download/31/14>
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship : Kependjualan*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–9.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1017/1200>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. CV Andi Offset.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Tjiptono, F. (2011). *Total Quality Manajemen*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan pelanggan , konsep, pengukuran & strategi*. CV Andi Offset.
- 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*, 10(1), 1014–1022.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald’s Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1),

1–12.

- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 67–78. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1169>
- Yuan, L. S., Jusoh, M. S., Yusuf, D. H. M., & Ghani, M. R. A. (2020). The Relationship between Product Quality, E-Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction: Preliminary Investigation in Perlis. *International Journal of Business and Management*, 4(5), 43–54. <https://doi.org/10.26666/rmp.ijbm.2020.5.6>
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>