

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nalendra, A. R., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandri, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). *STATISTIKA SERI DASAR DENGAN SPSS* (1st ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Akhlak. (2012). *Sifat Lemah Lembut*. Kalam Mulia.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(1), 117–127.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akmami*, 2(2), 204–219.
- Badarou, N. S. (2021). Impact of Customer Satisfaction on Purchasing Decision. *The International Journal of Business & Management*, 9(6). <https://doi.org/10.24940/theijbm/2021/v9/i6/bm2106-004>
- BIESOK, G., & WYRÓD-WRÓBEL, J. (2021). Purchase Decision Attitudes and Their Impact on Satisfaction of Supermarket Customer. *IBIMA Publishing*, 38(1), 3145–3154.
- Dafrah, & Alfathan. (2016). *Hadits Tentang Sifat Ramah* (1st ed., Vol. 1). Insan Kamil.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, A. N., & Athanasopoulou, P. (2014). Gaining Customer Loyalty in the e-tailing marketplace: the Role of e-service quality, e-satisfaction and e-trust. *International Journal of Technology Marketing*, 9(3), 288. <https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2014.063857>

- Gunara, T., Sudibyo, U. H., & Salamadani, T. (2007). *Marketing Muhammad : Strategi Andal Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW* (1st ed., Vol. 1). Madania Prima.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DARING DI APLIKASI BUKALAPAK PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BATAM. *JOURNAL of APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Hamka. (2015). *Tafsir al-Azhar : Diperkayakan Dengan Pendekatan sejarah, sosiologi, tasawuf, Ilmu kalam, sastra, Dan Psikologi*. Gema Insani.
- Heriyana, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Stie Rahmaniayah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1).
- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). A Literature Review on the Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision. *Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*, 64(1). <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.34>
- Iskandar, D., & Bahari Nasution, M. I. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang. *Progress Conference*, 2(1).
- Jabal Raudhotul Jannah. (2010). *Al-Quran Dan Terjemahan : Tafsir Ibnu Katsir Dan Asababun Nuzul Dari Juz 1 Sampai Juz 30*. Kementerian Agama Ri.
- Kasiman, S. M., & Hadi, S. N. (2019). Pengaruh Lima Dimensi Mutu Pelayanan Perspektif Islami Terhadap Kepuasan Mitra Pada KSPPS BMT Binamas.

Jurnal Ekonomi Islam: AT-TAUZI, 19(1), 73–80.

- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Manipl Pearson India Ed.
- Kotler, P., Kevin Lane Keller, & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Khalifah Mediatama.
- Lemeshow, S., & World Health Organization. (1993). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. Wiley.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2821>
- Lusch, R. F., Serpkenci, R. R., & Orvis, B. T. (2015). Determinants of Retail Store Performance: a Partial Examination of Selected Elements of Retailer Conduct. *Proceedings of the 1995 World Marketing Congress*, 6(1), 495–504. https://doi.org/10.1007/978-3-319-17311-5_69
- Maulidita, A. R., & Masreviastuti, M. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MALANG TAHUN AKADEMIK 2017-2018). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 153–156.
- Mufidah, T. (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Layanan Online (Go-Jek) Di Wilayah Yogyakarta. *DSpace Repository UII*, 1(1), 1–19.

- Muhammad Ibn Mukarram Ibn Manzūr. (2005). *Lisanul Arab*. Dar Al-Kotob.
- Muhammad Ibn Yazīd Ibn Mājah, & Muhammad Fu'ād 'abd Al-Bāqī. (1975). *Sunan Abī 'Abd Allāh Muhammad Ibn Yazīd al-Qazwīnī Ibn Mājah*. Dār Iḥyā' Al-Turāth Al-'arabī.
- Muhammad Muflih. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Rajagrafindo Persada.
- Muslimin, K. (2012). *Semesta Sabda* (1st ed.). Pustaka Sastra LKis.
- Nasti, N. (2017). PENGARUH HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO (STUDI PADA MAHASISWA FE.UISU PRODI MANAJEMEN). *Open Journal System UISU*, 7(2), 1–8.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83–88.
- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2019). The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty through E-Satisfaction on Students of Ovo Application Users at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra, Indonesia. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3360880>
- Nawawi, I. (2009). *Perilaku Adminitrasi, Kajian Paradigma, Konsep, Teori Dan Pengantar Praktik* (1st ed., Vol. 1). ITS Press.
- Pranata, C. W., Sherlly, S., Vincent, V., & Fitriano, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(2), 331–339.
- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2020). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND THEIR IMPLICATIONS ON CUSTOMER SATISFACTION. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 51–62. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i6.2019.393>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan Dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 1(No 1), 1–10.
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School of English for Children Di Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 3(1), 62–75.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. (2019). Factors Influencing Customers' Purchase Decision of Residential Property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rahman, H. A., & Sitio, A. (2019). THE EFFECT OF PROMOTION AND PRODUCT QUALITY THROUGH PURCHASE DECISION ON THE CUSTOMER SATISFACTION OF BOHEMIAN PROJECT.ID PRODUCTS. *INTERNATIONAL JOURNAL of ENGINEERING TECHNOLOGIES and MANAGEMENT RESEARCH*, 6(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.2555331>
- Ramadhan, R. F., Komaladewi, R., & Mulyana, A. (2021). ONLINE PURCHASE DECISION MODEL FROM A TRUST AND EASE OF USE PERSPECTIVE IN THE ONLINE MARKETPLACE. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(1), 155–160. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i1.17062>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (15th ed.). Pearson Australia.
- Setyaningsih, O. (2017). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PADA PRODUK FASHION. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 67. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i2.4126>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (3rd ed., Vol. 1, p. 464). CV Alfa Beta.
- Sulistinani, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK HYDRO COCO PT KALBE FARMA. *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(1), 18–28.
- Suprianto, P. S. (2018). *Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu*. Universitas Pasundan.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet* (1st ed.). Graha Ilmu. (Original work published 2013)
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (1st ed.). Deepublish.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017a). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran strategik, Branding strategik, Customer satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-marketing* (3rd ed.). Andi Offset. (Original work published 2017)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017b). *Service, Quality, Dan Customer Satisfaction* (4th ed.). Andi Offset. (Original work published 2017)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality, Dan Customer Satisfaction* (5th ed.). Andi Offset.
- Toto, H. (2002). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Gema Insani.
- Widoyoko, S. E. P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Windasuri, H., Susanti, H., & Team, B. G. (2017). *Excellent Service : the Secrets of Building a Service Organization*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliana, T., Soegiarto, E., & Nurqamarani, A. S. (2019). PENGARUH E - SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI EMOS (ENSEVAL MOBILE ORDER SYSTEM) PADA PT. ENSEVAL PUTERA MEGATRADING, TBK

CABANG SAMARINDA. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 3(2), 283. <https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4430>

Yusuf Qaradawi, Husin, D., & Zainal Arifin. (1997). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press, , R.

Zhafira, N. H. (2013). The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: a Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(6), 72–78.