

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy Ardiansyah. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood*. 6(1), 21–33.
- Almizan, A. (2016). Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(1), 13–30.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember Effect of Price, Promotion, Quality of Service on Customer Satisfaction Service Ojek Online “Om-Jek” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Apriliani, Dedek Uyun, Shinta Eka Kartika, A. A. N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Batrisiya Herbal. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi.*, 21(1)., 57-66.
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. *Doctoral Dissertation*, 43.
- Aquino, R., & Wan Dhamar Kalih Alam. (2023). Efek Mediasi Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empirik SPBU Konsumen PT. Pertamina (Persero) Terminal Gerem, Marketing Operation Region III Di Cilegon Banten). *Faletehan Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 32–44.
- Arman Syah. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung.
- Azhari, M., Studi, P., Komunikasi, I., Islam, U., Sumatera, N., & Serdang, D. (2023).
- Bagus, I., & Udayana, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 19(02), 226–233.
- Cahyadi, N. (2019). *Bisnis Digital : Sebuah Peluang di Era Digital*. Indramayu.
- Decky Adare3. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru*. 15(05), 678–689.

- Deskan, R., & Sukma, R. P. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Perusahaan Digital Manaa Studio*. 10(1), 1–19.
- Daniel Zuhad. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–13.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol 7, 17–32.
- Eksistensi produk Wardah dalam Pemasaran di Media Sosial*. 8(2), 244–258.
- Freekey Steyfli Maramis. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . Air Manado (The Influence Of Product Quality , Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction At PT . Air Manad*. 6(3), 1658–1667.
- Hamid, R. S. dan S. M., & Anwar. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Jakarta.
- Hasmawaty, A. R. (2020). *Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih*. 1(1), 126–137.
- Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis. 9(1), 21–30.
- Husnul, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). *SI Manajemen*, 1–21.
- Heri Fitrianto. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matapisau Barbershop Yogyakarta*. 3(4), 1189–1209.

- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288.
- Inaya, N. S. R. (2023). Representasi Konsep Halal pada Iklan Kosmetik Wardah. *Bapala*, 10(3), 271–285.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Bogor
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395.
- Jaya, w. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis.*, Vol. 16, n, 130– 137.
- Kurniawati. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(3), 1151–1160.
- Lestari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86
- Lily Harjati. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. 1.*
- Mabrur, A. K., Anwar, & Ruma, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Ompo Kabupaten Soppeng. *Jurnalbisnis,Manajemen, Dan informatika (JBMI)*, 19(2), 143–159.
- Mauliddin, A. I. (2022). Hadist Tentang Jual Beli Yang Dilarang. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah Dan Hukum Al-Falah (RIESYHA)*, 1(1), 16–24.

- Mentang, A. J. & Samadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 The Influence Of Product Quality And Service Quality Toward Consumer Satisfaction At Marina Hash In Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktobe. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690.
- Nadya Rahma Agustiani. (2023). Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mixue. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 01–18.
- Ningsih, M. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online)*. 02(03), 143–160.
- N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business.*, 1(2)., 48-56.
- Nurmulya, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Merek Wardah*. 5(2).
- Prasetyo Hadi. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome*. 2(1), 1267–1283.
- puneet, S. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Dan Loyalitas Merek Di Media Tiktok*. 2017, 1–23.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 230–240.
- Rahmayanti, P.L.D., suartina, I. W., Wijaya, N.S., Wardana, M.A., Sumerta, K., & Yasa,
- Rakawidianto, G., & Lukiarti, M. M. (2024). *Pengaruh Lokasi Usaha, Kemasan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ayam Geprek Pop Chicken Lasem)*. 5(1), 111–121.

- Razak Ismail. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pelanggan*. 7 (2).
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (n.d.). *Analisis Permintaan dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar*. 112, 1–6.
- Riyadi, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Situs Web Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. (Studi Empiris Pada Lazada, Shopee. co. id dan Bukalapak)*.
- Rivaldi, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk dan Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen PT . Nasmoco Kaligawe Kota Semarang)*. 6(2), 83–93.
- Siregar, H. (2022). *Metodologi Penelitian, Penelitian Terdahulu*. Bandung.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung.
- Sukardi, I. (2023). *Pandangan Islam Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Produk Bank Syariah. JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 34.
- Sumbaryadi, A., & Rismawan, C. (2022). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian PT. Target Makmur Sentosa Jakarta. Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 4(2), 35–43.
- Susilawaty, L., Nicola, N., Mulia, U. B., Lodan, J., No, R., & Utara, J. (2020). *Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan*. 19, 179–190.
- Tiurma, T., & Sipahutar, U. (2023). *Pengaruh Modal , SIA , Dan Pendapatan Terhadap Nilai Investasi Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderating*. 7, 2246–2261.
- Utari, P. (2019). *Pengaruh Label Halal Pada Produk Kosmetik Wardah Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Palembang. Idaarotul Ulum (Jurnal Prodi MPI)*, 1(2), 117–127.
- Walangitan, M. D. (2017). *Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Box Wanea Manado. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 4(3), 162–167.

- Wibasuri. (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. *Prosiding Seminar*, 68–78.
- WulanSari, D., & Budiadi, S. (2015). Pengaruh Persepsi Iklan Di Televisi Produk Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada mahasiswi UKKI angkatan 2011-2014 Universitas Negeri Surabaya di Ketintang). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3), 1–9.
- Wulandari, E. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2021). Pengaruh Kualitas Website Kandaga Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan Pusat Universitas Padjadjaran. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(1), 79.
- Zakaria, A., & Nasik, K. (2024). *Tinjauan Hukum Islam dalam Bermuamalah Melalui Media Sosial Berdasarkan Prinsip Syariah dalam Fatwa Dsn-Mui Nomor 24 Tahun 2017*. 7(1), 128–133.
- Zulfiqar Ravi Rahman. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 89–102.