

DAFTAR PUSTAKA

- Adjunu, M. I., et al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Persero Cabang Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 4(3).
- Adnan, et al. (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Adriyanto, A. T., dan Muhammad Fikrie Fauzi (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Handphone. *Solusi*. 21(3).
- Agarwal, R., dan S. Dhingra. (2023). *Factors Influencing Cloud Service Quality and Their Relationship with Customer Satisfaction and Loyalty*. *Heliyon*, 9(4), e15177. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15177>.
- Ahyani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapuruma di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 694–701.
- Ahmad, Fajar. (2024). Konsep Halal dan Thayyib dalam Produksi dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam. *Jurnal Bisnis*. 2(4).
- Akbar, M. F., dan I. Nuryanto. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Di Toserba Yogya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(10).
- Albar, I., dan B. Permatasari. (2024). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja Melalui *E-Commerce* Di Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 115–129.
- Almira, M. D. (2021). Analisis Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Citra Produk, dan Tempat terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Aini Fashion Kotapinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 446–461.
- Andriansyah, V., dan Ermina Tiorida (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Bandung Cheesecuit Outlet Cimahi). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 64.

- Astono, A. D., Suharti, dan N. D. Atmini (2024). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kelengkapan Produk dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen di UNIMUS Mart Semarang. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 5(2), 1–8.
- Awaludin, et al. (2025). Pengaruh Pelayanan, Suasana Toko dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi pada 11' (Sebelas) Vapestore Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 11–21.
- Azizah, D. N., et al. (2025). Teori Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam: Antara Kebutuhan dan Kemaslahatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(11). <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i11.6970>.
- Bourdeau, B. L., Cronin, J. J., dan Voorhees, C. M. (2024). *Customer Loyalty: A Refined Conceptualization, Measurement, and Model*. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Chi, M., dan Tu, Y. P. (Eds.). (2025). *E-Business: Generative Artificial Intelligence and Management Transformation*. Cham: Springer Nature Switzerland AG.
- Darmanto, S. dan Bukirom. (2025). *Metode Analisis Data PLS-SEM dengan SmartPLS 4 untuk Model Kompleks*. Semarang: Cahya Ghani Recovery.
- Eleonora, D., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Pembelian Ulang di Outlook Barbershop. *JEMSI*, 6(2), 944–951.
- Estifaza dan N. Yucha. (2023). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi CRM dan Kepercayaan*. Badung: Intelektual Manifes Media.
- Fadillah, M., dan Ivantan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Klin & Go Laundry. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 88–98. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v1i1.261>
- Falecia, et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*. 4(3).
- Fariz, Ferdinan, et al. (2024). Strategi Penetapan Harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pelita Nusa: Sosial dan Humaniora*. 4(2).

- Fikriyah, Khusnul. (2020). *Strategi Pemasaran Syariah: Dalam Konteks LAZNAS*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Fitri, A., et al. (2024). Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(6), 1–15. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.948>.
- Frasquet, M., Ieva, M., dan Molla Descals, A. (2024). *Customer inspiration in retailing: The role of perceived novelty and customer loyalty across offline and online channels*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103592. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103592>.
- Fu'adatul Nafisa, H., et al. (2026). Penerapan Nilai Kejujuran dalam Praktik Pada Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak (JBEP)*, 3(1), 46–56. <https://doi.org/10.61132/jbep.v3i1.2162>.
- Goetsch, David L., dan Stanley B. Davis. (2019). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. 8th ed. Hoboken, NJ: Pearson.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hadits.id. *Shahih al-Bukhari*, hadis no. 2442. <https://www.hadits.id/hadits/bukhari/2442>. Diakses pada 5 Juli 2026.
- Hadits.id. *Shahih Muslim*, Kitab al-Iman, hadis no. 102. <https://www.hadits.id/hadits/muslim/102>. Diakses pada 5 Juli 2026.
- Hadits.site. *Jami' al-Tirmidzi*, Kitab al-Buyu', hadis no. 1209. <https://hadits.site/hadits/364>. Diakses pada 5 Juli 2026.
- Hadits.site. *Shahih al-Bukhari*, Kitab al-Buyu', hadis no. 2076. <https://www.hadits.site/hadits/199>. Diakses pada 5 Juli 2026.
- Hair Jr., Joseph F., et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Hakunta, T., dan Agus Eko Sujianto (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan

Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*. 11(2).

Hanafi, R., Widyawati, R., dan A. S. Widowati (2021). *Effect Of Service Quality And Online Servicescape Toward Customer Satisfaction And Loyalty Mediated By Perceived Value*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1), 1–11.

Hariyanto, M. D., et al. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Darussalam Computer Center). *Jurnal Lentera BITEP*, 2(1).

Hidayat, S., Fauziah, M. R., dan Shafa, I. (2025). Kepuasan Konsumen: Analisis Prinsip-Prinsip Islam dalam Meningkatkan Kualitas Layanan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 5(1), 13–28. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v5i1.59>.

IMARC Group. (2025). *Indonesia Retail Market Size, Share, Trends and Forecast 2025–2033*. <https://www.imarcgroup.com/indonesia-retail-market>.

Jefri, J., Junaeda, J., dan S. Suharlina. (2024). *The Effect Of Service Quality And Product Diversity On Customer Loyalty*. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 290–298.

Juniarta, I. K. P., Putu, N., dan Eka, N. (2025). Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Membangun Hubungan Jangka Panjang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(1), 396–413. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.5259>.

Juniarty, dan Cynthia Anna Wijayanti. (2025). *PLS-SEM SmartPLS 3 dan 4: Panduan Praktis bagi Pemula*. Pekalongan: Penerbit NEM.

Kartika Sari, T., Akhmad, K. A., dan Rahmawati, E. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mitra Swalayan Kartasura. *Journal of Management and Creative Business*, 2(3). <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2917>.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Kotler, P., dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, H. R., dan Nainggolan, B. M. H. (2023). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Customer Experience di Grand Cemara Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomika*, 16(2), 321–337. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v16i2.376>.
- Lailia, Khusnul, dan Anton Bawono. (2025). Permintaan Produk Halalan Thayyiban: Perspektif Ekonomi Islam. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah*. 7(2).
- Lestari, I. (2020). *Kajian Revisit Intention Melalui Pendekatan Teoritis dan Analisis*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Maulana R., I. (2026). Analisis strategi pemasaran UMKM dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (Studi kasus: Mie Baso Jenggot). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 3(4), 368–373. <https://doi.org/10.62017/jemb.v3i4.7201>
- Maulizah, R. (2024). Pentingnya produk halal di Indonesia: Analisis kesadaran konsumen, tantangan, dan peluang. *Jurnal Studi Islam*, 1(2).
- Michael, dan Fauziah Septiani. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Jespro Network Rent di Jakarta Barat. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. 1 (3).
- Muah, dan Masram. (2021). *Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zitama Publishing.
- Naini, N. F., et al. (2022). *The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>.
- Najwa Assegaf, Midan, Aida, N., dan Ridho, M. (2025). Manajemen Bisnis Syariah Dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Etis Dan Produktif. *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies*, 3(2).
- Nasuka, M., Tony Wijaya, dan Anas Hidayat. (2021). *The Role of Islamic Marketing Ethics for Customer Loyalty in Islamic Banking through Customer Satisfaction*. *Economic Annals-XXI*. 187(1–2).
- Novitasari, Dwi, Nova Yanti Maleha, dan Saprida. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Produk CV Rhema Advertising dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*. 4(1).

- Nuraeni, R., Asep Muhamad Ramdan, dan Tetty Sufianty Zafar. (2025). Analysis of Islamic Marketing Ethics on Customer Loyalty (Survey of Visitors to Islamic-Themed Coffee Shops in Sukabumi City). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*. 19(6).
- Nurhadi. (2021). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(2).
- P., G., Vijay, J., dan Kumar, P. M. (2025). *The Expectation Confirmation Theory: A Service Perspective*. *GAP Bodhi Taru: A Global Journal of Humanities*, 8(1), 10–18.
- Podsakoff, P. M., et al. (2024). *Common method bias: It's bad, it's complex, it's widespread, and it's not easy to fix*. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 11, 17–61. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-040030>
- Prabowo, C., et al. (2024). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kelengkapan Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan pada TB. Murah Rejeki Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Pratidinata, Muhammad Ginung, Mohammad Saparudin, dan Sari Maemunah. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Diversitas*. 5(2).
- Purnama, N. I., et al. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 3(1).
- Puspita, A. J., dan Dila Damayanti. (2025). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Toko Mutiara Kosmetik. *eCo-Fin: Economics and Financial*, 7(2). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2209>.
- Rahayu, S., dan Darman Syafe'i. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *JESYA*, 5(2), 2192–2207.
- Rahmawati, Lilis, dan Reza Hilmy Luayyin. (2025). Implementasi Service Excellence dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *BENEFIT: Journal of Business, Economics, and Finance*. 3(3).

- Rezita, R. D., Contessa, A. A., dan Siwi, M. (2025). Determinasi Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas: Literature Review Sistematis pada Tren Pemasaran Modern. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(6), 173–180. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i6.1573>.
- Rita, R., dan Irwan, K. F. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 993–1005. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1434>.
- Rohid, M., dan Fauzi, A. (2025). Analisis Mekanisme Penetapan Harga dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam Menurut Pemikiran Imam Al-Ghazali. *JPAES: Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 2(3), 313–329. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i3.1358>.
- Santosa, S., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Pospay Locket Kantor Pos Cabang Majalengka. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 14(2), 18–34.
- Shukla, A., Mishra, A., dan Dwivedi, Y. K. (2026). *Expectation Confirmation Theory: A Review. Dalam S. Papagiannidis (Ed), TheoryHub Book*.
- Siarmasa, Ancela, et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Terapan*. 2 (2).
- Simanjutak, E. R., et al. (2024). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siri, Rusli, Rahmi, dan Andi Faisal Syam. (2025). Strategi Marketing Mix Berbasis Syariah Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 5(1).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Subagiyo, R. (2022). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Subagiyo, R., dan Syaichoni, A. (2022). *Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah*. Jakarta: Alim's Publishing.

- Sudana, I Ketut, Ni Luh Putu Yesy Anggreni, dan I Putu Eka Indrawan. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kober Mie Setan (Studi Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *Widyadari*. 22 (2).
- Sulindri, F., et al. (2025). Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Es Teh Indonesia. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*. 2(4).
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wahidah, W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>.
- Wahidillah, N., et al. (2025). Pelayanan publik dalam perspektif Islam: Landasan, prinsip, dan implementasi di era kontemporer. *Kajian Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 2(3). <https://doi.org/10.62383/kajian.v2i3.488>.
- Wijaya, F., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Motor. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4).
- W., D. A., T., T. A., dan N., D. B. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. *Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan dan Bisnis*, 2(2).
- Yusniar. (2024). Tinjauan Kepuasan Pelanggan Perspektif Islam pada Toko Busana Muslim Zaskia Sungkar di Kota Banda Aceh. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*. 3(11).
- Zhang, H. (2025). Customer Satisfaction in Online-To-Offline Commerce: a Fresh Product Perspective. *British Food Journal*. 127(13). <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2024-1059>