

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdurahman, Nana Herdiana. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Alghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*, 2021.
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Duwi Prayitno. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Buku Seru, 2010.
- fatin. Hasil Wawancara dengan Karyawan (2022).
- Fauzan, Fauzan, and Ida Nuryana. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 10, no. 1 (2014): 38. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>.
- Hatta, Madani, Baihaqi Baihaqi, and Resti Ramahdaniati. "Perilaku Berbagi Pengetahuan Akuntansi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan Theory of Planned Behavior (Tpb)." *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS* 5, no. 1 (2017): 26. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i1.449>.
- Hermawan, Sigit, and Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- Lazuardi, Garin. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Identifikasi Sosial, Dan Nilai Persepsi Terhadap Kepuasan Pada Produk Indomie (Studi Pada Konsumen Digital Produk Indomie)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99. [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrX08lJ2t9imRcAISbLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1658866378/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fjimfeb.ub.ac.id%2Findex.php%2Fjimfeb%2Farticle%2Fdownload%2F6237%2F5473/RK=2/RS=QH68j3d4bDc.jjsWyBbXQbGQTCg-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrX08lJ2t9imRcAISbLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1658866378/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fjimfeb.ub.ac.id%2Findex.php%2Fjimfeb%2Farticle%2Fdownload%2F6237%2F5473/RK=2/RS=QH68j3d4bDc.jjsWyBbXQbGQTCg-).
- Maratun, Waode, Shaleha Nur, Azizah Rasudu, and Riez Kifli. "Peran Nilai Islami Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Dan Komitmen Sebagai Variabel Intervening The Role of Islamic Values on Service Quality with Satisfaction and a as Intervening Variables" 17, no. 1 (2021): 22–31. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v17i1.9840>.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus,

2009.

- . *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015.
- Mayasari, Mamay, H Kholil Nawawi, and Santi Lisnawati. “Kepuasan Pelanggan Herba Penawar Alwahida Indonesia ( Hpai ) Bogor” 2, no. 1 (2019): 65–77. <https://ojs.staibhaktipersadabandung.ac.id/index.php/Alamwal/article/download/47/32/114>.
- Nasabah, Kepuasan. “Relationship Dan Syariah Marketing Terhadap Loyalitas Intervening ( Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Ringroad ) Relationship and Syariah Marketing on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable ( Ca” 2, no. 2 (2022): 113–21. <http://ojs.politeknikcendana.ac.id/index.php/bisma/article/view/73>.
- Pembangunan, Universitas, Nasional Upn, and Veteran Jakarta. “KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF” 9, no. 1 (n.d.): 128–46.
- Prakasa, Rio Dwi, and Kata Pengantar. “Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Unilever Indonesia Tbk,” 1945. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7368>.
- Qurrata, Vika Annisa, Achmad Murdiono, Nor Ermawati Binti Hussain, and Vidya Purnamasari. “Social Media and Islamic Marketing Towards Customer Satisfaction and Loyalty Impacts in Indonesia” 161, no. Ciiber 2019 (2021): 139–47. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210121.021>.
- Rodiman, A. Gunawan, S.F. Wahyuni, and Jufrizen. “The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Studentsâ Satisfaction and Loyalty.” *Expert Journal of Marketing* 6, no. 2 (2018): 95–105. <https://marketing.expertjournals.com/23446773-611/>.
- Santi Rimadias, Lia Kaheru Pratiwi. “Planned Behavior Pada E-Recruitment Sebagai Penggerak Intention To Apply For Work (Kasus Fresh Graduate Pada Universitas Swasta Di Jakarta).” *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 2017, 377–90. [https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/8987/sansetmab2017\\_8.pdf?sequence=1](https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/8987/sansetmab2017_8.pdf?sequence=1).
- Sari, Ratna Purnama, Ahmad Mulyadi Kosim, Suyud Arif, Universitas Ibn, and Khaldun Bogor. “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah” 9, no. 2 (2018): 131–46. <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/alinfag/article/view/452>.

- Setyono, Langgeng, Andriani Kusumawati, M Kholid Mawardi, Kata Kunci, Islamic Marketing, Citra Perusahaan, Kepuasan Nasabah, and Loyalitas Nasabah. “The Effect Of Islamic Marketing And Corporate Image On Customer Satisfaction And Customer Loyalty (Study On Customers Of Pt Bank Muamalat Indonesia Malang Branch Office).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 27, no. 1 (2015). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1076>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta, 2018.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta, 2016.
- Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2005.
- Suryani, ita. “Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014.” *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)* 8, no. April 2014 (2015): 123–38. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>.
- Syamil. *Al Qur'an QS Al Qashas*, n.d.
- . *Al Qur'an QS AZ Zariyat*, n.d.
- Tho, Muhammad, Tino Feri Efendi, and Diyah Permatasari. “Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah , Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ( Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store )” 7, no. 02 (2021): 1117–27. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. *Service, Quality Dan Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016.
- UKM, Redaksi Bisnis. “Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.” PT. Lantabura Media, 2019. <https://bisnisukm.com/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan.html>.
- Umar, Husein. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013.
- Wibowo, Lili Adi, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Wikamorys, Dian Anggraini, and Thinni Nurul Rochmach. “Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien

Untuk Melakukan Operasi Katarak.” *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia* 5, no. 1 (2017): 32.  
<https://doi.org/10.20473/jaki.v5i1.2017.32-40>.

