

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdullah, M. M. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Andi, & Komputer, W. (2017). *Ragam Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Asnawi, N, dan Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Thomson Learning.
- Bungin, M, B., (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Huda, N., et al. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.
- Kasmir, dan Jakfar. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., dan Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson PrenticeHall.
- Kotler, P., (1997). *Manajemen Pemasaran: Marketing Manajement 9e*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Michael E, Porter., (1996). *What Is Strategy?*. Harvard Business Review.
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sarin, C., & Bhawna Pal. (2014). *Word of Mouth Marketing: Consumers Participation*. The International Journal Of Business & Management.
- Shinta, A., (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, dan Herdryandi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

Wijayanti, A., (2016). *Teknik Dasar Pengolahan Data Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.

Yang, Z, & Peterson, R. T. (2004). *Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs*. Psychology and Marketing.

JURNAL:

Anggriana, A., Qomariah, N., dan Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7, 137-156.

Paujiah, R., Kosim, A. M., dan Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal of Islamic Economics and Banking*, 2, 144-163.

PratamaYuda, S. A., Arifin, R., dan Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Jurnal Riset Manajemen*, 77-90.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6, 798-807.

SKRIPSI:

Aryani, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Gadau, M. (2016). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Konsumen. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Pratama, R. A. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Semarang: Universitas Diponegoro.