

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Isawati, S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arif, M. N. R. A., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Benson, R. J. (2007). *From Business Strategy to IT Action, Right Decisions for a Bottom Line*. New Jersey: Jhon Wiley and Sons, Inc.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*. Riau: CV. DOTPLUS Publisher.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9 ed.). Semarang: Undip.
- Giovany (Ed.). (2017). *Ragam Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS* (1 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3).
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2).
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen: Oikonomia*, 15(1).
- Hoyer, W. D., & Macinnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior* (5 ed.). USA: South Western Cengage Learning.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrussa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi* (1 ed.). Jakarta: Kencana.

- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan STATCAL: Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2).
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1).
- Kotler. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (A. A. Hermawa, Penerj.; 8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (T. Fandy, Penerj.; 1 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (13 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mcdaniel, C. (2001). *Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Levy, M., & Weitz, B. (2007). *Retailing Management Internasional Edition*. New York: McGraw Hill.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mowen, J. C. (2002). *Consumer Behavior* (4 ed.). New Jersey: Pretince Hall.
- Muhyiddin, N. T., Harahap, L. R., Yuliana, S., Andriana, I., Tarmizi, M. I., & Farhan, M. (2020). *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*. Malang: Penerbit Peneleh.
- Muklis, & Suardi, D. (2020). *Pengantar Ekonomi Islam*. CV. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Nashar. (2020). *Kualitas Pelayanan akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1).

- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. Ponorogo: WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Rabbani, D. B. (2018). *Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)*. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(1).
- Ramadhan, A. F., & Suhadi, S. (2016). Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(2).
- Reily, M. (2019). *Retail Minimarket Masih Tumbuh 1000 Gerai Tiap Tahun*. Katadata.co.id.<https://katadata.co.id/yuliawati/indepth/5e9a5551954e4/retail-minimarket-masih-tumbuh-1000-gerai-tiap-tahun>
- Saifullah, A. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di De'Kopi Arwana*. UIN Antasari Banjarmasin.
- Samad, M. (2016). *Etika Bisnis Syariah Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam*. Yogyakarta: Sunrise.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, F. (2017). Konsep Masalahah (Utility) dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 168 dan Surat al-A'raf ayat 31. *Dinar : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2).
- Sibarani, C. G. G. T. (2019). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suyanto, M. (2018). *Muhammad Marketing Strategy: Strategi Pemasaran Ala Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta: ANDI.

- Swastha, & Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Trihastuti, A. E. (2021). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran* (I. Nurmawan, Penerj.; Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, R. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian di Pusat Perbelanjaan. *Istiqha Dequity*, 2(1).