

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., & Rahmawati, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan pelanggan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen, volume 15 No. 2*, 61-63.
- Akhmad Mujahidin. (2014). *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- Al Arif, M. N. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB), Volume 1, Nomor 1*, 117-118.
- A.S, Moenir. (2000). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- A. Zeithaml, P. (1998). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* , 12.
- Best, R. (2009). *Market Based Management Strategies for Growing Customer Value and Profitability* . New Jersey: Prentice Hall.
- Bimo Walgio. (2005). *Pengantar Psikologi Umum* . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Budi, T. R. (2017). *"Manajemen Pemasaran"*. Bali: Universitas Udayana.
- Butz, H. E., & Goodstein, L. D. (1996). Measuring Customer Value: Gaining the Strategic Advantage. *Journal Organizational Dynamics* , 63-77.
- Damsar, & Indrayani. (2018). *"Pengantar Sosiologi Pasar Edisi-1"*. Jakarta: Prenamedia Group
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial. *National Seminar on Educational Innovation* , 346-347.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik, Volume 1* (Issue 1), 87-89.
- Indriati, & Widiyatmoko, A. (2008). *"Pasar Tradiisional"*. Semarang: Alprin.
- Khaya, B. Z., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening

(Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten Bekasi). *JURNAL PARAMETER*, Volume 7 No 1, 142-144.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *"Prinsip-Prinsip Pemasaran..."*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium diterjemahkan Benjamin Molan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.

Kusuma, T., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, volume 18 No. 2, 176-177.

Kristiawati, I., GS, A. D., Sari, H. A., & Kusyanto, H. (2019). Citra Merek Persepsi harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 06 No. 02, 29-30.

Kristiyana, N., Sumarsono, H., & Diyagitama, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian HP Samsung Di Artomoro Celluler. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 58.

Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis of Service Quality, Product Completeness, And Price on Purchasing Decisions at Juni Minimarket Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 45-48.

Napitu, R., Sriwiyanti, E., & Munthe, R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Miyuke Florist Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi INTEGRA*, Volume 12, Nomor 2, 155-158.

Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, Volume 1, 83-84.

Nugroho. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian, Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di UkM Mart kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA (manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, Vol. 5 No. 3, 1156-1158.

- Peter, J., & Olson, J. (2009). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Jakarta: Erlangga.
- Rachman, D. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Diponegoro Journal of Social and Political Science* , 2-3.
- Sanjiwani, N., & Suasana, I. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen* , 6721-6740.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, Volume 4, Nomor 2, 139-140.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *JOM Fisip, Volume 5 No. 1*, 2-5.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sujanti, J., & Mushdolifah, d. (2018). *"Edisi Belajar Teori Ekonomi (Pendekatan Mikro) Berbasis Karakter"*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sunyoto. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Thomas S, K., Daengs, A., & Lis Indrianto, A. T. (2015). *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *"Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian"*. Yogyakarta: ANDI.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage . *Journal of the Academy of Marketing Science* , 139-153.
- Yani, T. E., & Kuswardani, D. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* , 193-195.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta. *Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro* , 2-4.