

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A., Nisar, Q. A., Mahmood, M. A., Chemimi, A., & Zubair, A. (2020). The role of Islamic Marketing Ethics Towards Customer Satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No 4.
- Adiningsing, S. (1991). *Ekonomi Mikro Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Agus Sarwo Edi, E. A. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan Di Surabaya. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 251-266.
- Agyekum, C. K., Haifeng, H., & Agyeiwaa, A. (2015). Consumer Perception of Product Quality. *Microeconomics dan macroeconomics*, 25 - 29.
- Ahmad Zaky Darmawan, A. D. (2022). *Kajian Ekonomi & Keuangan Syariah*. Bank Indonesia.
- Analisis Implementasi Promosi Pemasaran Umama Scarf* . (2024). Diakses pada 24 Februari 2024, <https://123dok.com/article/analisis-implementasi-promosi-pemasaran-umama-scarf-dalam.qmv6064q>
- Annur, C. M. (2023, Oktober 19). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!*. Diakses 18 Maret 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>
- Ayudhia, C. A., Senjiati, I. H., & Anshori, A. R. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembeli Di Busana Muslim Umama Scarf. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*.
- Berliana Dwi Sandra, M. R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research* .
- Cardia, D. I., Santika, I. W., & Respati, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 11,.
- Chapra, M. U. (2016). *Islam and the economic challeng*. United Kingdom: The Islamic Foundation.
- Engel, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9, No 1.
- Islahani, & Fazri, A. (2023). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Busana Muslim Nibra's di Kecamatan Singkut . *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* , Vol. 12 No. 02.
- Iwu, C. G. (2010). Impact of product development and innovation on market share. *African Journal Of Business Management*.
- Kasmir, D., & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kurniati. (2016). Teori Pelaku Konsumen Perpektif Ekonomi Islam . *Jurnal Ekonomi Syariah* , Vol VI No 1: 45-52.
- Mankiw, N. G. (2007). *Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM*, Vol 3 No 2.
- Mowen, J. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mukhtar, M. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Niswah, F. M. (2018). Hubungan Persepsi dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 47-66.
- Peluang Bisnis Hijab: Prospek, Tantangan, dan Strategi*. (2024). Diambil kembali dari Texco: <https://texco.co.id/peluang-bisnis-hijab/>
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol 4 No 2.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2018). *Microeconomics, 9th edition*. California: Pearson.
- Priyanto, D. (2021). *Indonesia Tercatat sebagai Pangsa Pasar Halal Terbesar di Dunia*. Jakarta: Kompas TV.
- Putra, N. E. (2020). *Inilah Cara Memasarkan Bisnis untuk Bersaing di Era Digital*. Diambil kembali dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Diakses pada 18 Maret 2024. <https://feb.ui.ac.id/2019/10/11/inilah-cara-memasarkan-bisnis-untuk-bersaing-di-era-digital/>

- Putri, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Pemilihan Pakaian pada Wanita Muslim. *Jurnal riset bisnis dan investasi*, 9-14.
- s, N. (1996). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di SURabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah* .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis-Pendekan pengembangan keahlian*. Jakarta: Salemba empat.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi. Vol 1 No2.
- Seputra, Y. E. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Ekuilibria .
- Setyo, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan start up bisnis*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: andi.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Valarie A. Zeithaml, M. J. (2010). Services Marketing Strategy. *ResearchGate*.