

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu dan Noor Salimi. *Dasar-Dasar Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Al-Baqarah, 2: 168.
- Al-Maidah, 5: 87-88.
- APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia), <https://newssetup.kontan.co.id/news/tahun-ini-aprindo-optimistis-pertumbuhan-kinerja-bisnis-ritel-lebih-baik> (diakses pada 27 Desember 2022).
- Assobar. *Al-Kitabul Akbar Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta Timur: Akbar Meddia, 2011.
- Enggel, James F dan Roger D Blacwel. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Bina Rupa Aksara, 2010.
- Ervandari, Fransiska Novi. “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen?”. Skripsi--Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018.
- Fauzia, Ika Yunia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Prespektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS Edisi 9*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Gilbert. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Hudah, Nur, “Penanaman Nilai-Nilai Islam dalam Membentuk Akhlak Mulia Melalui Kegiatan Mendongeng di TK Terpadu Nurul Amal Buyuk Bringkang Menganti Gresik”, *Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, Vol.12 No. 2, 2019.
- Jamil, Ahmad Sobrun dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana. *Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Bening Pustaka, 2019.
- Jatininingrum, Wandhansari Sekar, et al. “Islamic Modern Retails Attributes For Muslim Consumers Patronage Intention”, *Jurnal Teknik Insustri*, Vol 16 No 1, 2021. <https://doi.org/10.14710/jati.16.1.21-28>

Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Keller, Kevin. *Manajemen Pemasaran Edisi ketiga belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

KlikIndomaret.com dan Alfagift.id (diakses pada 30 Desember 2022).

Korawa, Enos, et al., “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 3, (2018). DOI: <https://doi.org/10.35797/jab.v6.i003.%25> ISSN: 2338-9605

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2 terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2018.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke delapan*. Jakarta: Erlangga, 2012.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2012.

Larasati, Yulia dan Hardi Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Presepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 19, (2017). DOI: <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>

Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Manan, Muhammad Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.

Muhaimin, *Nuansa Baru Pendidikan Islam Mengarungi Benang Kusut Dunia Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Mukhlisin, M. Nuril. Karyawan Toko Basmalah, 13 Desember 2022.

Mulyana, Rohmad. *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*. Bandung: Alfabeta, 2004.

Muriza, Denis Triana, et al., “Pengaruh Kelengkapan Produk, harga, dan Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ramayana Padang”, *Jurnal*

Horizon Pendidikan, Vol.1 No.2, 2021.

Doi: <https://doi.org/10.22202/horizon.v1i2.4800> E-ISSN: 2775-5770.

Ningsih, Suhesti dan Sri Laksmi, “The Influence Of Brand Image, Price and Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store)”, *Internasional Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol. 5 No.3 (2021). DOI: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR> E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771.

Pasal 1 Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Produk Halal.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Profil Toko Basmalah, <https://tokobasmalah.co.id> (diakses pada 28 Desember 2022).

Profil Toko Basmalah, <https://www.kaskus.co.id/thread/5d4fe86ec8393a188845363d/toko-basmalah-penantang-barnesupermarket-di-indonesia> (diakses pada 28 Desember 2022).

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2008.

Ranto, Dwi Wahyu Pril. “Menciptakan Islamic Branding sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen”, *JMBA*, Vol.1 Nomor 2, 2013.

Rianto, M. Nur dan Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta. Kencana Prenada Group, 2010.

Riduan dan Akdon. *Rumus dan Data dalam Rumus Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Rizal. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.

Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi Cet.2*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.



Sitinjak, Rutmaira, “Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru”, *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 2 No. 2, (2015).
ISSN: 2355-6854

Sopan, *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia Studi Atas Fatwa Halal MUI Terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetik*. Jakarta: GP Perss, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 4 No.2, (2018). DOI: <http://dx.doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>

Suherman, Usep Deden. “Pengaruh Penerapan Nilai-nilai Islami dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan Pemasaran Bank Umum Syariah di Jawa Barat”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 9 No 1, 2018. DOI: <https://dx.doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2413>

Sukarno Wibowo. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Supriadi, et al. “Konsep Penetapan Harga dalam Prespektif Islam”, *Jurnal of Islamic Economics*, Vol. 2 Nomor 1, 2020.

Tahari, Dita Amnestini. “Pengaruh Nilai-Nilai Islami Terhadap Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Muslimah di Pulau Jawa), *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*, 2019.

Tim Penyusun, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. Jakarta: Erlangga, 2011.

Titik Wijayanti F. *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI, 2016.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.



Tjiptono, Fandy. *Servive Manajement Edisi 2*. Jakarta: Andi, 2012.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran dan Prespektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi, 2019.

Usholihah, Khoirin Nisa', "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Zoya Lamongan" (Skripsi--Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel, 2020.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Impelementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

