

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi Ferryal Herwin. “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3, 2018. [10.36226/jrmb.v3i3.161](https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i3.161)
- Akdon dan Riduan. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfbeta, 2010.
- Al Arif M Nurrianto. *Produksi Ekonomi Islam dan Konvesional*. Jakarta: 2002.
- Al-Fiqhiyah Al-Qowaid Al-Mantsur. *Fi Mauqi’ Al-Islam Jilid 2*.
- Alfatihah Aynaya. “Pengaruh Strategi Difrensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Ayam O’Cicken Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”. Skripsi: Riau: Ekonomi dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2020.
- Angriani Andi. “Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Catering Ukhuwah Di Makassar”. Skripsi: Makassar: Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- CNN. “Asal Usul Ayam Geprek Jadi Makanan Populer”, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200612112607-26512565/asal-usul-ayam-geprek-jadi-makanan-populer> (diakses pada 9 Desember 2022)
- Covin J dan Miles M. “Environmental Marketing: A Source of Reputational, Competitive, and Financial Advantage”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 23, No. 3. 2000. [10.1023/A:1006214509281](https://doi.org/10.1023/A:1006214509281)
- C, Rosidah. “Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Isu Cybercrime”. *Jurnal Business And Economics* 2011. Vol. 8. No. 2. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v8i2.a.266>

Dahlan Aziz Abdul. *Ensiklopedia Hukum Islam*. Jakarta: Pt. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996.

Data Kunjungan Pembeli Gerai Ayam Geprek Sai Mojokerto.

Devi Chrisma Sandra Debby. “Pengaruh Kualita Pelayanan dan Atriut Produk Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Ayam Geprek Sa’i Blitar”. Skripsi: Tulungagung: Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020.

Didik Eko Julianto, Sasongko dan Darlina Yunia Sari.”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputai Perusahaan, Atribut Produk Dan Cita Rasa Terhadap Minat Ulang Pembeli Teh Botol Sosro”. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian* 2013.

Dkk, Mitchell V.W dan Walsh. “Examining the Antecedent and Consequences of Corporate.” *Journal of Management* 2008, Vol. 20, No. 187-203. [10.1111/j.1467-8551.2007.00557.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00557.x)

Fandy, Tjiptono. “Strategi Pemasaran”. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Fitriani Laila Eka.”Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking”. Skripsi: Lampung: Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Gary Amstrong dan Philip Kotler. “Principles of Marketing Sixteenth Edition Global”. Edition: England, 2016.

Gitosudarmo Indriyo.” Manajemen Pemasaran”, BPFE, Yogyakarta,1995.

Ghozali Imam. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS Edisi 9. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Ghozali Imam. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS Edisi 9. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Hafiduddin Didin.” Manajemen Syariah dalam Praktek Islam”. Jakarta: Gema Insani Press, 2006.

Hamka.”Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong di Pasar Gamalama”, *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*, Vol. 7, No. 1, 2014. [10.29239/j.agrikan.7.1.18-24](https://doi.org/10.29239/j.agrikan.7.1.18-24)

Hendarwanto Heru. “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Mr Furniture Design Jepara”. Skripsi: jepara: Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam

- Nahdlatul Ulama Jepara, 2020.
- Hendrayadi dan Suryani. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Kementerian Industri Makanan RI, dalam <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022> (12 Desember 2022).
- Kementerian Agama RI, “Qur’an Kemenag”, dalam <http://quran.kemenag.go.id/> (16 Desember 2022).
- Kevin Lane Keller, Philip Kotler. “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”, Jakarta: PT. Prenhalindo, 2004.
- Kevin Lane Keller dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2* (Jakarta: PT. Indeks, 2016).
- Kotler Philip. “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.” Jakarta:Pt. Prenhalindo, 2003.
- Maria Pilar Martinaz- Ruiz, Christian Tirelli. “Influences of Product Attributes on Sojourners' Food Purchase decisions”, *British Food Jurnal*, Vol.116, No.2 ,252-271 ,(2014).
<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2012-0019>
- M Nur Rianto.” *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*”, Bandung:Alpabeta, 2010.
- Muhamad Devtyan Reyhan. “Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, Kualitas dan Atribut Produk Islam, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Bycoffe Surabaya” , *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No 12, 2019. [10.20473/vol6iss201912pp2485-2497](https://doi.org/10.20473/vol6iss201912pp2485-2497)
- Muhammad Mujtaba Mitra Zuana dan Akhmad Sobrun Jamil. *Metode Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Bening pustaka, 2019.
- Panggalo Dalmasius. “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar”. *JBK*, Vol. 9, No. 1.
<https://doi.org/10.37476/jbk.v9i1.810>
- Pradiantoro Galih. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan dan

- Atribut Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Go- food Yogyakarta “, *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Rayner J dan Louisot J.P. Managing Risk to Reputation: *From Theory to Practice*, 2014.
- Santoso Imam. “Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat saji Terdapat Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen.” Malang: Universitas Brawijaya, 2016, Vol. 15, No.1. [10.12695/jmt.2016.15.1.7](https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7)
- Syah Rahmat Yanuar Tantri. “Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis”, *Jurnal Ekonomi*, 2013, Vol. 4, No. 2. <https://doi.org/10.47007/jeko.v4i2.1040>
- Suharno. “Dasar-Dasar Kebijakan Publik.” Yogyakarta: UNY Press, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta: 2015.
- Syamilah, al Qomus al Muhith, Al-Fairuz Abadzi.
- Tanjung Hendri. “*Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*.” Jakarta: Gramata Publihing, 2013.
- Tjiptono Fandi “Strategi Pemasaran.” Yogyakarta: Andi Publisher, 2008.
- Tri Endang Yani dan Edy Suryawardana. “Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Di Kota Semarang”, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Vol. 17, No. 2, 2015. <http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.490>
- Ujang Sumarwan. “Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.” Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- UMSU. “Ide Bisnis Kuliner Ramai Pembeli”, dalam <https://feb.umsu.ac.id/ide-bisnis-kuliner-ramai-pembeli/> (9 Desember 2022).
- Yusuf Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.