

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Aini, L. N., Santoso, F., Khirdany, E. N., & Masfufah, S. (2024). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Millenial di Kota Sampang*. 1(1).
- Aswida, H., Yusri, D., & Alam, A. P. (2022). 1, 2, 3. 3(1), 189–208.
- Bagus, A., Ratna, N., & Imam, A. (2021). *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1), 32–38.
- Darussalamtajang, A., Darussalam, A. Z., & Sofyan, A. S. (2020). *Konsep Etika Bisnis Islami dalam Kitab Sahih Bukhari dan Muslim*. 6(02), 116–128.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Febrian, F., & Winayamukti, U. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli lembur batik*. 13(1), 41–55.
- Fitrianto, R., & Wahyono, T. E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Handayani, D. L. (2019). Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 36. <https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>
- Harahap, N. (2020). *KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM* Nurramadhani Harahap. 43–59.
- Harita, E. (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI*. 5, 125–132.
- Harnady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. (2020). *Prodi manajemen*. 81–95.
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). Etika Bisnis Islam dalam Tinjauan Al-Qur'an dan Hadits. *Journal of Islamic Studies Review*, 2(1), 67. <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/download/35/21>

- Ismanto, W., & Rais, S. (2024). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Pengaruh Kualitas Produk Jajanan Tradisional terhadap Minat Beli Gen Z di Pasar Penuin Kota Batam*. 4(1).
- Izzudin, A., & Muhsin, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. 6(1), 72–78.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Karimah, I., Sunarjo, W. A., Manajemen, M., & Pekalongan, U. (2023). *PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PEKALONGAN*. 268–285.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat*. 8(2), 83–90.
- Kasim, S., Octaviani, W., & Lukman, H. (2022). *REKONSTRUKSI ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PERSPEKTIF AL-*. 01(01).
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Ma'mun, S., Sundari, A., Bunyamin, B., & Farhani Noviani, A. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan di PD Nuansa Barcode Desa Sayati Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung. *The Journal of Pelita Nusa*, 1(2), 11–29.
- Mundir, A., & Tomiyadi. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang*. 5(1), 19–28.
- Mundir, A., & Tomiyadi. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tradisional Dinoyo Kota Malang). *IQTISODINA Jurnal Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, 6(1), 131–139.
- Nurjanah, S., Sungkawaningrum, F., & Wahyuningsih, E. (2022). JURNAL AL-TSARWAH | Vol. 5 No. 1, Juni 2022 Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Bone. *Jurnal Al-Tsarwah*, 5(1), 1–16.
- Nurmin, A., & Jefri, M. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak*, 1(1), 107–115.
- Nursyamsiah, I., & Nopianti, N. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Rofi Collection Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 52–62. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.20>

- Permata, S., & Ismawati Azmi. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pusat Kuliner Di Jalan Tondong Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 36–44. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i1.302>
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *EJurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 6(1), 143–157.
- Purwanza, S. W., Wardana, A., & Mufidah, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi* (Issue August).
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 129–140. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.653>
- Saifudin, Marliati, Hamdi Agustin, & Fahrial. (2022). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Loyalitas Konsumen Pada Pedagang Komoditas Pangan Di Pasar Cik Puan Kota Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 212–226. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9470](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9470)
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Septiani, & Hadziq, M. F. (2023). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jual Beli : Studi Kasus di Pasar Tradisional*. 9(03), 4060–4066.
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71)
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Syafiq, A. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam*. 5(April).
- Syahrizal, A. (2018). *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM AHMAD SYAHRIZAL Dosen Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) STAI An-Nadwah Kuala Tungkal*. 9, 101–116.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya*

Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(1), 75–84.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>

Thursina, T., Fuad, Z., & Hafidhah, H. (2020). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Riyadh Store Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 52–67.
<https://doi.org/10.22373/jimebis.v1i2.132>

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.
<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
 SYEKH NURJATI CIREBON**