

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, & Hartono, Jogiyanto. (2015). *partial Least Square (PLS) Alternatif Structural equation Modeling (SEM) dalam penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Aditia, I., & Suhaji. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD. Pandan Wangi Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis, Vol 1, No 1*.
- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA), 1(1), 110-121*.
- Agung, A. F. (2018). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)* Lampung: Skripsi S.E, UIN Raden Intan Lampung.
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Agustini Tanjung., S.E.,M.M, Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa, Vol.5, No.2,(2020), 7-8*.
- AL-QURTHUBI, Syeikh Imam (2008). *Tafsir Al-Qurthubi*: Penerjemah. Budi Rosyadi (Jakarta: Pustaka Azzam)
- Aprillia, D. D., & Khomsan, A. (2014). Konsumsi Air Putih , Status Gizi , Dan Status Kesehatan Penghuni Panti Werda Di Kabupaten Pacitan. *Jurnal Gizi Pangan, 9(3), 167-172*.
- Armstrong, Gery dan Philip Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1-14*.
- Ausha, C. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Mebel Minimalis Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Ditoko Perabot Karya Kecamatan Indra Jaya Kabupaten Pidie)* Banda Aceh: Skripsi S.E, UIN Ar-raniry Banda Aceh.
- Badan Pusat Statistik, 2022. *Persentase Rumah Tangga dengan Air Minum Layak di Indonesia*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/9078-rumah-tangga-ri-punya-akses-air-minum-layak-pada-2021>

- Diab, B. (2009). *Analisis pengaruh nilai pelanggan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan retensi pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Fachrizal, A. (2020). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pabrik Kayu CV. Barokah Raya, Kasemen)* Banten: Skripsi S.E, UIN SMH BANTEN.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Andi.
- Farma, J. (2018). Mekanisme Pasar dan Regulasi Harga: Telaah Atas Pemikiran Ibnu Taimiyah. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 182-193.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang: BP-UNDIP.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S.(2019). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Management Insight: Jurnal ilmiah Manajemen*, 13 (1),47-58.
- Furadantin, R. (2018). Analisis data menggunakan aplikasi smartpls v. 3.2. 7 2018. *Jurnal manajemen*, 1(1), 1-18.
- Ghozali I. dan Latan H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Edisi Ke-2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hafidudin, Didin dan Henri Tanjung. 2003. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Inpress.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. England: Pearson Prentice Hall.
- Hasan, A. 2008. *Marketing*. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional perspektif Integratif*, Malang: UIN Maliki Press, 2011, 72-73.
- Indra Jaya, *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan Edisi 1*, (Jakarta: Kencana 2019).
- Jasfar,Farida. (2012). *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Kasanah, D. U. (2021, December). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di

Miulan Boutique Ceper Klaten. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS (Vol. 4, No. 1, pp. 550-557)*.

Kasenan (2023).”Pelanggan produk Isi Ulang Air Minum Vivi”. Hasil wawancara: 06 Februari 2023, Gresik.

Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. PT Indeks, Jakarta.

Kuncoro, M.,(2003). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & menyusun Tesis?*, Jakarta: Erlangga.

Kusumawardani, S., & Larasati, A. (2018). Analisis Konsumsi Air Putih Terhadap Konsentrasi Siswa. *HOLISTIKA: Jurnal Ilmiah PGSD, IV(2)*, 91–95. Retrieved from jurnal.umj.ac.id/index.php/holistika

Kementerian Kesehatan,2022. *Idealnya jumlah air putih yang harus diminum*. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/579/tahukah-kamu-berapa-idealnya-jumlah-air-putih-yang-kita-minum-perhari

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori Dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.

Maesyarah, A. A. (2018). *Analisis Efektivitas Peran Balai Latihan Kerja (BLK) Dalam Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Study Pada UPTD Balai Latihan Kerja (Blk) Kalianda)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). Lampung: Skripsi S.E, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Mahendra, K. P. (2019). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).

Muhammad Muflih,2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*

Mulyati Utami, E. K. A. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Beras Raja Di Pasar Indralaya Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Palembang: Skripsi S.E, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Nasution, S. (2003). *Metode research*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nofiyah, J. N.(2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Islami Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'mutia*. Semarang: Skripsi S.E, Universitas Islam Negeri Walisongo,Semarang.

Nugroho, Marni dan Paramita, Ratih, (2012), *Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang, EKOBIS vol. 2 no. 1*, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

Qardhawi, Yusuf.(2000). *Fatwa-fatwa Mutakhir*. Bandung: Pustaka Hidayah.

Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal manajemen dan bisnis indonesia*, 5(2), 300-312.

- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004)
- Raharjani, Jeni, 2010, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus ada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpan Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2 (Nomor 1 Render, Barry dan Heizer, Jay, 2012) ,Prinsip-prinsip Manajemen Operasi, Salemba. Emban Patria, Jakarta.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Riyana, O. M. (2018). *Analisis Persediaan Bahan Baku dengan Menggunakan Metode Economic Order Quantitative (EOQ) Terhadap Kelancaran Produksi pada Industri Pembuatan Kain Perca Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kain Perca Alfin Jaya Desa Sukamulya Kecamatan Banyumas Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). Lampung: Skripsi S.E, UIN Raden Intan Lampung.
- Rosmitha, S. N. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)* Lampung: Skripsi S.E, UIN Raden Intan Lampung.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan shopee. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Sadono Sukirno. (2002), *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Edisi ke 3, hlm.152 : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya, Bandung.
- Setiawan, Ari (2018). *Pengaruh Promosi, Harga dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamart Rawa Jaya Kota Palembang*. Palembang: Skripsi S.E, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Suprihatin,(2017). Model dasar konsep pasar dalam perspektif Islam. *Al-Intaj Volume 3 Nomor 1*.
- Suryani, S.(2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Internet Indosat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Semarang: Skripsi S.E, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.

- Swasta, Basu dan Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani, T. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafi'i, A., Husen, S., & Khotimah, K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Graha Ponsel Vanflosel. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 12-17.
- Syula, M.Syakir.(2014).*Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan Publishing.
- Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2).
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Tafsirweb.com.(2023). Tafsir Al-Qur'an. : <https://tafsirweb.com/>
- Ulfa, M. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam*, Tembilahan: Skripsi S. E, STAI Auliaurasyidin Tembilahan,Riau.
- Viawanty, Willy Yusnandar & Cut Indri. (2021). Peran Mediasi Kepuasan Kerja Pada Pengaruh Budaya Organisasi terhadap kinerja karyawan; Studi pada Studi Pada Pt. Mitra Agung Hermes (Vizta. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 442.
- William J Stanton, *Prinsip Pemasaran* Edisi 7, (Jakarta: Erlangga,1998),. 308.
- Wiyono, W., & Wardhana, I. A. (2021). Analisis Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Perilaku Konsumen dengan Minat sebagai moderasi terhadap Kepuasan Konsumen Muslim. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1096-1103.