

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Feisal., Arifin, Zainul., & Yulianto, Edy. (2017). Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey kepada Pengguna Armada Bus Pariwisata PO. Anto Wijaya Tour Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 44 (1), 47-53. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1725>.
- Adiputra, Febrian., & Sutopo. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. 5 (1), 1-11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Alom, M. M., & Haque, M. S. (2011). Marketing: An Islamic Perspective. *World Journal of Social Science*. 3 (1), 71-81. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/285013751\\_Marketing\\_An\\_Islamic\\_Perspective/link/6010417545851517ef197ae3/download](https://www.researchgate.net/publication/285013751_Marketing_An_Islamic_Perspective/link/6010417545851517ef197ae3/download).
- Alserhan, B. (2010). Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*. 18, 34-49. doi: <https://doi.org/10.1057/bm.2010.18>.
- Arham, M. (2010). Islamic Perspectives on Marketing. *Journal of Islamic Marketing*. 1(2), 149–164. doi:10.1108/17590831011055888.
- Arief, Mohammad Yahya., & Fauziah, Silsilatuk. (2021). Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen Faizah Cake. *Jurnal Produktivitas*. 8 (1), 125-129. doi: <http://dx.doi.org/10.29406/jpr.v8i1.2817>.
- Armstrong, Gary., & Kotler, Philip. (2016). *Marketing an Introduction*. USA: Pearson Education.
- Asyura, Muhammad. (2019). Budaya Kemponan pada Masyarakat Melayu Pontianak (Kajian Kearifan Lokal dalam Kehidupan Sosial Etnik Melayu). *Handep Jurnal Sejarah dan Budaya*. 3 (1), 101-120. doi: 10.33652/handep.v3i1.38.
- Aviolitasona, Gheraldine Bella. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Islam Negeri Surakarta, Indonesia.

- Bachtiar, Danis Imam. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*. 7 (1).
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Kalimantan Barat dalam Angka*. Pontianak: Artha Grafistama.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2022*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Kota Pontianak Dalam Angka 2022*. Pontianak: BPS.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *J Pers Soc Psychol*. 51 (6), 1173-82. doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173.
- Chin, Wynne, W. (1998). *The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern method for business research*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Daryanto., & Setyabudi, Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dharmesta, Basu Swasta., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Effendi, Chairil. (2006). *Becerite dan Bedande Tradisi Kesastraan Melayu Sambas*. Pontianak: STAIN Press
- Fakaubun, Ummi Fitria Kalsum. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*. 2 (2), 221-234. doi: <http://dx.doi.org/10.33474/manajemen.v2i2.3743>.
- Fatoni, Siti Nur. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., & Latan, Hengky. (2015). *Konsep Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Dewi Lelyana., Kumadji, Srikandi., & Yulianto, Edy. (2015). Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey pada Peserta Lembaga Kursus dan Pelatihan Royal English TOEFL & TOEIC Center Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 24 (1), 1-8. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/950>.
- Hair, Joseph F., Hult, G. Tomas M., Ringle, Christian M., & Sarstedt, Marko. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. California: Sage Publications, Inc.
- Hellier, Philip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A., & Rickard, John A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structure Equation Model. *European Journal of Marketing*. 37 (11), 1762-1800. doi: 10.1108/03090560310495456.
- Huda, Nurul., Hudori, Khamim., Fahlevi, Rizal., Badrusa'diyah., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Keefe, L. (2008, Jan. 15). *Marketing Defined*. Marketing News, 28–29.
- Keller, Kevin Lane. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. 57 (1), 1-22. doi: <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mathew, Viju. (2022). Does Islamic Marketing Mix Affect Consumer Satisfaction? An Analysis of Consumer Perception in the Service Industry. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*. 13 (1), 1-13. doi: 10.4018/IJSSMET.297491.
- Nurbani, Aep., Mulyanto, Heru., Wardani, Mursida Kusuma., & Andriyani, Meli. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. 16 (2), 109-120. doi: <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v16i2.346>.
- Paujiah, Rika., Kosim, Ahmad Mulyadi., & Gustiawati, Syarifah. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Economics and Banking*. 2 (1), 144-63. doi:10.31000/almaal.v1i2.1847.
- Pemayun, Tjok Istri Indriyanti., Suryawardani, I Gusti Ayu Oka., & Wiranatha, Anak Agung Putu Agung Suryawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Citra dan Keputusan Menginap Wisatawan di Hotel Bagus Jati, Ubud. *JUMPA: Jurnal Master Pariwisata*. 6 (2), 496-515. Retrieved from <https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/35026/>.
- Peter, J. Paul., & Olson, Jerry C. (2000). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Boston: McGraw-Hill.
- Petrack, J.F., Morais, D. D., & Norman, W. C. (2001). An Examination of the Determinants of Entertainment Vacationers Intentions to Revisit. *Journal of Travel Research*, 40, 41-48. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/004728750104000106>
- Prayogo, Dedi., & Rachma, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Citra (Image) Museum Angkut sebagai Wisata yang Berwawasan Informasi, Edukasi, dan Rekreasi (Survey pada Mahasiswa UNISMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Jl. MT Haryono 193 Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*. 7 (13), 14-27. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/1273>.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

- Ratih, Ida Aju Brahma. (2009). Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan, dan Sumber Daya Manusia terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 13 (2), 176-198. doi: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2009.v13.i2.292>.
- Ratri, Lutiary Eka. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Indonesia.
- Santosa, Prabayu Budi., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso., & Singgih. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Satryatama, Affandi., & Supriyono. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Swalayan Tani Jaya di Wilayah Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. *Jurnal Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen*. 7 (2), 112-117. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/287210978.pdf>.
- Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach 7th Edition*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Setio, Steve., & Wahjudono, Denny Bernardus Kurnia. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan dan Loyalitas Customer Hotel Amaris Darmo Surabaya. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 4 (3), 396-420. doi: 10.24034/j25485024.y2020.v4.i3.4558.
- Shadily, Hassan. (1987). *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shamsudin, S. M., & Rahman, S. S. A. (2014). The Differences between Islamic Marketing and Conventional Marketing: A Review of The Literature. In *Proceeding of the 1st International Conference on Management and Muamalah 2014 (1st ICoMM)*, 298-307. Academic Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sunarsi, Denok. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-MABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. 21 (1), 7-13. doi: <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vinzi, Vincenzo Esposito., Chin, Wynne W., Henseler, Jorg., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods, and Applications*. New York: Springer Handbook of Computational Statistics. doi: 10.1007/978-3-540-32827-8.
- Viswanathan, Mandhu. (2005). *Measurements Error and Research Design*. California: Sage Publication, Inc.
- Yamin, Sofyan., & Kurniawan, Heri. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan LISREL-PLS*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Yulianti, Ni Made Dhian Rani., Suprpti, Ni Wayan Sri., & Yasa, Ni Nyoman Kerti. (2014). Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. 8 (1), 36-44.
- Zainal, Veithzal Rivai., Djaelani, Firdaus., Basalamah, Salim., Yusran, Husna Leila., Veithzal, Andria Permata., & Sari, Yanita Nur Indah. (2018). *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara.