

Nomor : 0008/UN40.F7.S1/PK.05.01/2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:
Ridwan Nurdiansyah
1805932

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

SKRIPSI

Oleh:

Ridwan Nurdiansyah

1805932

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Ridwan Nurdiansyah

Universitas Pendidikan Indonesia

Januari 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ridwan Nurdiansyah

NIM. 1805932

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

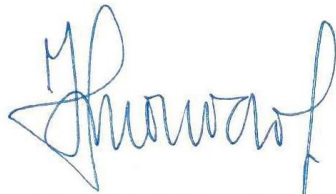
Penyusun : Ridwan Nurdiansyah

NIM : 1805932

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, November 2023

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Rida Rosida, Bs., M. Sc.,
NIP. 198407302014042001

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 198406072014042001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM**
Jl. Dr. Setiabudhi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619, 2002091, 2002189 Fax. (022) 2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 20 Desember 2023
Nama Mahasiswa : Ridwan Nurdiansyah
NIM : 1805932
Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si NIP. 198406072014042001	
2.	Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy. NIP. 198804302015042002	
3.	Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. NIP. 198010242005011001	

Bandung, Desember 2023

Dosen Pembimbing 1

Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing 2

Rida Rosida, BS., M.Sc.
NIP. 198407302014042001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si
NIP. 198406072014042001

Ridwan Nurdiansyah (1805932) “**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**” di bawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. dan Rida Rosida, BS., M. Sc.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam perspektif Islam dalam pembelian komputer rakitan di Tokopedia menggunakan variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan desain kausalitas serta metode analisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* terhadap anggota grup Facebook “Rakit PC Indonesia” sehingga didapatkan sebanyak 160 responden dengan menyebarkan kuesioner yang diunggah melalui forum komunitas. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan di Tokopedia. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat tiga pernyataan yang memiliki nilai paling rendah, yaitu mengenai kemampuan penjual dalam menjawab pertanyaan, ketersediaan garansi, serta keamanan dalam pengemasan. Sedangkan, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak terutama penjual komputer rakitan untuk lebih memperhatikan kualitas layanan dan produknya demi tercapainya kepuasan konsumen dan mencegah kerugian pada konsumennya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Komputer Rakitan.

Ridwan Nurdiansyah (1805932) "*Analysis of the Effect of Price, Service Quality and Product Quality on Consumer Satisfaction from an Islamic Perspective (Case Study on Purchasing an Assembled Computer on Tokopedia)*" under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. and Rida Rosida, BS., M. Sc.

ABSTRACT

This research aims to analyze consumer satisfaction from an Islamic perspective in purchasing assembled computers at Tokopedia using the variables price, service quality and product quality. This research uses a quantitative method using a causality design and an analysis method using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The sampling technique used a purposive sampling method for members of the Facebook group "Rakit PC Indonesia" so that 160 respondents were obtained by distributing questionnaires uploaded through the community forum. The research results reveal that the service quality variable has no effect and is not significant on customer satisfaction with assembled computers at Tokopedia. In the service quality variable, there are three statements that have the lowest value, namely regarding the seller's ability to answer questions, availability of guarantees, and security in packaging. Meanwhile, product price and quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction. This research is expected to be able to benefit all parties especially the vendors of computers to pay more attention to the quality of their services and products in order to consumer satisfaction and prevent losses on their consumers.

Keywords: *Price, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction of Assembled Computers.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)*”.

Skripsi ini menjelaskan mengenai kinerja pemasaran dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan menunaikan hak-hak konsumen melalui harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing, orang tua, rekan-rekan, serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya. Sekiranya penelitian yang telah disusun ini dapat berguna bagi penulis sendiri maupun orang yang membacanya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan serta diharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa depan.

Bandung, Desember 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil 'aalamiin. Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan insprasi, bantuan, arahan, bimbingan, serta memfasilitasi kelancaran studi sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajibannya sebagai Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terimakasih banyak untuk segala perhatian dan perjuangannya dalam mengharumkan Prodi IEKI.
2. Kedua Dosen pembimbing skripsi, yaitu Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. dan Ibu Rida Rosida, BS., M. Sc. terimakasih atas segala bantuan, arahan, bimbingan, keluangan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan moril dengan ikhlas sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Semoga Ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah Swt.
3. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, yaitu Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., M.Sc. Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rumaisha Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A., Bapak Dea Aryandana Mulyana Haris, S.AB., M.E., Bapak Mumuh Muhammad, S.E., M.A., dan Bapak Syaiful Muhammad Irsyad, M.Sc. selaku dosen yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis selama perkuliahan. Serta saya ucapkan terimakasih kepada Ibu Lela dan Bapak Hamidin selaku staff administrasi Prodi IEKI yang telah

membantu penulis dalam mengurus administrasi untuk keperluan akademik selama perkuliahan.

4. Kedua orang tua penulis, kepada Mamah Elin Kurniasih Marlina dan Bapak Bahrudin yang senantiasa tak pernah lelah medo'akan dan memberikan dukungan baik materil maupun non materil, yang selalu memberikan kasih sayang dan menenangkan. Semoga rezeki, kesehatan, kebahagiaan dan keberkahan senantiasa kebersamai.
5. Adik kandung tersayang, yaitu Rianti yang telah memberikan semangat. Semoga tercapai cita-citanya dimudahkan rezeki dan diberikan kemudahan dalam menuntut ilmu.
6. Keluarga Bapak H. Shobur dan Ibu Indah yang memberikan fasilitas dan tempat tinggal semasa penulis berkuliah. Semoga Allah membalas kebaikan bapak dan ibu.
7. Member geng 100 kedua sahabat penulis, yaitu Abdulloh Syahril Mubarak dan Muhammad Fahmi Ibrahim. Terimakasih telah mengisi masa perkuliahan dengan persahabatan, menjadi tempat berbagi dan saling menguatkan semoga Allah senantiasa meridhoi persahabatan ini dan diberikan kesempatan untuk bersua kembali.
8. Hilman Sonjaya sahabat semasa SMA dan asrama, yang hingga sekarang senantiasa memberikan semangat dan saran.
9. Keluarga Besar IEKI angkatan 2018 (Eightkis) yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas cerita, pelajaran, dan kenangan selama perkuliahan. Semoga Allah Swt. menjaga kalian semua serta diberikan kesuksesan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
10. Keluarga Besar HIMA IEKI 2020-2021 khususnya Departemen Agama, yaitu Fahmi, Syahril, Yusuf, Rahma, Bila, Aitika, Liani, Nuning, Yessi, Dini, Rahmi, Bilqis, Ayu, Putri. Terimakasih telah mengajarkan hal-hal baru, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan kenangan selama masa organisasi. Semoga kalian dilimpahkan kebahagiaan dan kesuksesan dunia dan akhirat oleh Allah Swt.

11. Rekan-rekan di SCIEemics dan FosSEI Jabar yang telah memberikan pengalaman berorganisasi selama menjadi mahasiswa.
12. Terimakasih untuk kakak-kakak tingkat angkatan 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 dan adik-adik tingkat angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang sudah memberikan pelajaran dan pengalaman bagi penulis. Semoga segala urusannya dipermudah oleh Allah Swt.
13. Terimakasih untuk para responden yang telah membantu penulis dalam pengisian kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan senantiasa mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah Swt. memberika balasan dunia dan akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

“Jazaakumullah khayran, wa jazaakumullah ahsanal jazaa”

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOSTESIS PENELITIAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pandangan Islam terhadap Jual-Beli.....	9
2.1.2 Hukum Jual Beli Online dalam Ekonomi Islam	11
2.1.3 Teori Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.4 Konsep Harga	13
2.1.5 Konsep Kualitas Pelayanan	15
2.1.6 Konsep Kualitas Produk	18
2.1.7 Konsep Kepuasan Konsumen	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Penelitian	32
2.3.1 Keterkaitan Harga terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.3.2 Keterkaitan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.3 Keterkaitan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN	36
3.1 Objek Penelitian.....	36

3.2	Metode Penelitian	36
3.3	Desain Penelitian	37
3.4	Definisi Operasional Variabel	37
3.5	Populasi dan Sampel	39
3.6	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7	Uji Instrumen Penelitian	42
3.8	Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1	Analisis Deskriptif	47
3.8.2	Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS- SEM)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Objek Penelitian.....	58
4.2	Karakteristik Responden	59
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	59
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	59
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	61
4.3	Hasil Penelitian Deskriptif	62
4.3.1	Harga	63
4.3.2	Kualitas Pelayanan	67
4.3.3	Kualitas Produk	73
4.3.4	Kepuasan Konsumen	78
4.4	Analisis Data dengan Structural Equations Modelling–Partial Least Square (SEM-PLS)	83
4.4.1	Pengujian Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif).....	84
4.4.2	Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	90
4.4.3	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	94
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		102
5.1	Simpulan	102
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	103
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 1 Rata-rata Skor Berdasarkan Responden pada Variabel Harga.....	63
Tabel 4. 2 Kategori Variabel Harga Tiap Item Pertanyaan.....	65
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	65
Tabel 4. 4 Kategori Variabel Harga untuk Skor Variabel.....	66
Tabel 4. 5 Kategori Variabel Harga Tiap Responden	66
Tabel 4. 6 Pemaknaan Kategori Variabel Harga.....	67
Tabel 4. 7 Rata-rata Skor Berdasarkan Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4. 8 Kategori Variabel Harga Tiap Item Pertanyaan.....	70
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan .	70
Tabel 4. 10 Kategori Variabel Kualitas Pelayanan untuk Skor Variabel.....	71
Tabel 4. 11 Kategori Variabel Kualitas Pelayanan Tiap Responden	72
Tabel 4. 12 Pemaknaan Kategori Variabel Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4. 13 Rata-rata Skor Berdasarkan Responden pada Variabel Kualitas Produk	73
Tabel 4. 14 Kategori Variabel Harga Tiap Item Pertanyaan.....	75
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk....	76
Tabel 4. 16 Kategori Variabel Kualitas Produk untuk Skor Variabel.....	77
Tabel 4. 17 Kategori Variabel Kualitas Produk Tiap Responden	77
Tabel 4. 18 Pemaknaan Kategori Variabel Kualitas Produk.....	78
Tabel 4. 19 Rata-rata Skor Berdasarkan Responden pada Variabel Kepuasan Konsumen	79

Tabel 4. 20 Kategori Variabel Harga Tiap Item Pertanyaan.....	81
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Konsumen	81
Tabel 4. 22 Kategori Variabel Kepuasan Konsumen untuk Skor Variabel	82
Tabel 4. 23 Kategori Variabel Harga Tiap Responden	82
Tabel 4. 24 Pemaknaan Kategori Variabel Kepuasan Konsumen	83
Tabel 4. 37 Loading Factors.....	84
Tabel 4. 38 Fornell-Lacker Criterion	85
Tabel 4. 39 Cross-Loading	86
Tabel 4. 40 Nilai Average Variance Extracted	87
Tabel 4. 41 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	88
Tabel 4. 42 Variabel dan Indikator yang Sudah Valid dan Reliabel.....	88
Tabel 4. 43 Nilai R-Square	91
Tabel 4. 44 Variance Inflation Factors.....	91
Tabel 4. 45 Nilai F-Square	92
Tabel 4. 46 Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Komputer di Seluruh Dunia Tahun 2018-2022 dalam Juta Unit.....	2
Gambar 1. 2 Rating Produk Unit Komputer dari Enter Komputer Per 9 Agustus 2022.....	3
Gambar 1. 3 Ulasan Konsumen Enter Komputer.....	3
Gambar 1. 4 Ulasan Konsumen COC Komputer.....	4
Gambar 1. 5 Ulasan Konsumen OneLine	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM.....	51
Gambar 3. 2 Model PLS-SEM.....	53
Gambar 4. 1 Grup <i>Facebook</i> rakit PC Indonesia.....	58
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	60
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	62
Gambar 4. 6 Output Model Penelitian SEM-PLS.....	94
Gambar 4. 7 Output Model Penelitian Bootstrapping.....	95

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A., Nisar, Q. A., Mahmood, M. A. H., Chenini, A., & Zubair, A. (2020). The role of Islamic marketing ethics towards customer satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 1001–1018. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0123/FULL/XML>
- Abi, Y. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Master Piece Karaoke di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 50–58. <https://doi.org/10.37676/EKOMBIS.V9I1.1233>
- Afaneh, D. J. A. A., Alqasa, D. K. M. A., & Ghaleb, D. M. M. S. (2023). Effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction in Saudi retail stores: Exploring the moderating role of consumer culture. *Transnational Marketing Journal*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.58262/tmj.v11i1.1001>
- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V9I1.458>
- 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. <https://doi.org/10.32639/JIMMBA.V1I1.395>
- Antonides, G., Hovestadt, L., Ruíz-Molina, E., Gil-Saura, I., & Berenguer-Contrí, G. (2021). Product Attributes, Evaluability, and Consumer Satisfaction. *Sustainability 2021, Vol. 13, Page 12393*, 13(22), 12393. <https://doi.org/10.3390/SU132212393>
- Anwer, Z. (2020). Salam for import operations: mitigating commodity macro risk. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(8), 1497–1514. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2018-0142/FULL/XML>
- Assauri, S. (2018). *Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers*.
Rajawali Pers.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/EKOMABIS.V1I01.2>
- Athow, D. (2022). *Exclusive: World's fastest CPU goes on sale everywhere in Europe - but not in the US | TechRadar*. <https://www.techradar.com/pro/exclusive-worlds-fastest-cpu-goes-on-sale-everywhere-in-europe-but-not-in-the-us>
- Bago, R., Sutardjo, A., & Meri Anggraini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café' Els Coffe di Padang. *Matua Jurnal*, 4(2), 215–226. <https://doi.org/10.1038/NATURE.2014.14583>
- BBC NEWS INDONESIA. (2018). *Pelajar Indonesia jadi salah satu pengguna teknologi tertinggi di dunia*. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46500293>
- Belkhaoui, S., Alsagr, N., & van Hemmen, S. F. (2020). Financing modes, risk, efficiency and profitability in Islamic banks: Modeling for the GCC countries. *Http://Www.Editorialmanager.Com/Cogentecon*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1750258>
- BRIN. (2022). *Sulawesi dan Sumatera Paling Banyak Respons Soal Kenaikan BBM*. <https://www.brin.go.id/news/110497/sulawesi-dan-sumatera-paling-banyak-respons-soal-kenaikan-bbm>
- Cambridge Dictionary. (2022). *Computer*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/computer>
- Canalejo, A. M. C., & Ríó, J. A. J. del. (2018). Quality, satisfaction and loyalty indices.

Ridwan Nurdiansyah, 2024

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Journal of Place Management and Development*, 11(4), 428–446. <https://doi.org/10.1108/JPMD-05-2017-0040>
- Candra, S., & Juliani, M. (2018). Impact of E-Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction in LocalBrand. *Binus Business Review*, 9(2), 125–132. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i2.4650>
- Cantalops, A. S., Cardona, J. R., & Salvi, F. (2020). Antecedents of positive eWOM in hotels. Exploring the relative role of satisfaction, quality and positive emotional experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3457–3477. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2020-0113>
- Chacos, B. (2020, July). How to build a PC: A step-by-step guide. *PCWorld*. <https://www.pcworld.com/article/423753/how-to-build-a-pc-a-step-by-step-comprehensive-guide.html>
- Coc Komputer - Sawah Besar, Jakarta Pusat - OS | Tokopedia*. (2022). <https://www.tokopedia.com/cockomputer/product?q=rakitan&sort=9>
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i2.25267>
- EIGE. (2020). *Gender Equality Index 2020: Digitalisation and the future of work*. https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/gender-equality-index-2020-report/men-dominate-technology-development?language_content_entity=en
- Enter Komputer Official - Produk Resmi & Terlengkap*. (n.d.). Retrieved March 14, 2023, from <https://www.tokopedia.com/enterkomputer/review>
- Enter Komputer Official Store - Produk Resmi Lengkap & Bergaransi | Tokopedia*. (2022). <https://www.tokopedia.com/enterkomputer/product?q=pc+rakitan&sort=9>
- Erwin. (2023). *Perbedaan Antara PC Built Up dan Rakitan - Fokus Jabar*. <https://fokusjabar.id/2023/06/21/perbedaan-antara-pc-built-up-dan-rakitan/>
- Fathoni, N. (2013). Konsep Jual Beli Dalam Fatwa Dsn-Mui. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 51–82. <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.1.773>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, J. M. (2023). *Siswa SMK Swasta GKPS 1 Raya Rakit Komputer*. *HarianSIB.Com*. <https://www.hariansib.com/detail/Sekolah/Siswa-SMK-Swasta-GKPS-1-Raya-Rakit-Komputer>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2016). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*. Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawati, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Aulia, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April). Pustaka Ilmu.
- Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 155–159. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.04.019>
- Hidayat, A., & Sadewa, P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Eviews Terhadap Sikap Belajar dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik. *Jurnal Basicedu*, 4(1), 151–164.
- IDC. (2022). *Worldwide PC Shipments Fall 15.3% in the Second Quarter of 2022 as Supply and Demand Both Waver, According to IDC*.

Ridwan Nurdiansyah, 2024

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP49455522>
- Ilham, R., & Fajar, A. N. (2021). Investigating the Successful of E-Commerce Marketplace System in Jabodetabek to Increase Consumer Attractiveness and Satisfaction of Using the System. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 15, 19. www.jatit.org
- Ing, P. G., Zheng Lin, N., Xu, M., & Thurasamy, R. (2020). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407–1429. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0437>
- International Labour Organization. (2021). *Analisis Pasar Kerja untuk dan Komputer (TIK) di Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja (BBPLK) Bekasi Analisis Pasar Kerja untuk Kursus Teknologi, Informasi dan Komputer (TIK) di Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja (BBPLK) Bekasi*.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1–20. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/2662>
- Jeon, Y.-M. (2017). A Study on Influence of Family Restaurant Image on Satisfaction, Trust and Revisit Intention. *Culinary Science and Hospitality Research*, 23(2), 74–85. <https://doi.org/10.20878/CSHR.2017.23.2.008>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. <https://doi.org/10.31851/JMWE.V17I4.5096>
- Katadata Insight Center & Kredivo. (2022). Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia. *FinAccel*, 1–120. <https://finaccel.co/wp-content/uploads/2022/05/Kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022.pdf>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *PMK No 153/PMK.06/2021*. www.jdih.kemenkeu.go.id
- Khongorzul, G., Gerelmaa, B., & Kim, W. (2022). A study on the effect of consumers' online shopping styles on satisfaction and repurchase intention. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 9(7), 74–83. <https://doi.org/10.21833/IJAAS.2022.07.009>
- Kompas.com. (2023). *Murah Tapi Kencang, Ini Rekomendasi SSD yang Sedang Turun Harga Halaman all - Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/17/12150087/murah-tapi-kencang-ini-rekomendasi-ssd-yang-sedang-turun-harga?page=all>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Education Limited* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kredivo. (2020). *Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia*.
- KumparanTech. (2019). *Lenovo Klaim Penjualan Laptop Gaming Naik 63 Persen dari Tahun Lalu*. KumparanTech.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147–151. <https://doi.org/10.19184/EJEBA.V6I2.11159>
- Laila, N., Saraswati, K. A., & Kholidah, H. (2019). Efficient portfolio composition of

Ridwan Nurdiansyah, 2024

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Indonesian Islamic bank financing. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(1), 34–43. [https://doi.org/10.9770/JESI.2019.7.1\(3\)](https://doi.org/10.9770/JESI.2019.7.1(3))
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.35794/EMBA.1.3.2013.2024>
- Lo, C. H. (2021). Application of Refined Kano's Model to Shoe Production and Consumer Satisfaction Assessment. *Sustainability*, 13(2484), 2484. <https://doi.org/10.3390/SU13052484>
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Jilid 2* (7th ed.). Erlangga.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus dan Pelatihan (Lkp) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *Publiciana*, 14(02), 339–361. <https://doi.org/10.36563/PUBLICIANA.V14I02.360>
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Marcomm. (2022). *8 Tren e-Commerce di Tahun 2023 yang Tidak Boleh Dilewatkan Pengusaha Ritel dan Online Brand*. <https://jetcommerce.co.id/update/tren-ecommerce-2023/>
- Mariani, M., Di Fatta, G., & Di Felice, M. (2019a). Understanding Customer Satisfaction with Services by Leveraging Big Data: The Role of Services Attributes and Consumers' Cultural Background. *IEEE Access*, 7(December), 8195–8208. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2887300>
- Mariani, M., Di Fatta, G., & Di Felice, M. (2019b). Understanding Customer Satisfaction with Services by Leveraging Big Data: The Role of Services Attributes and Consumers' Cultural Background. *IEEE Access*, 7, 8195–8208. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2887300>
- Meticulous Market Research Pvt. Ltd. (2023). *Industrial Computers Market Worth \$9.8 Billion by 2030* -. <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2023/01/25/2595346/0/en/Industrial-Computers-Market-Worth-9-8-Billion-by-2030-Exclusive-Report-by-Meticulous-Research.html>
- Monoarfa, H., & Sigit, J. (2021). *Bisnis Islam Jilid 1* (Issue October 2021).
- Muhammad. (2016). *Ekonomi Mikro Islam* (1st ed.). Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Murdianto, D., Waluyo, M. B., Maidhah, A. A., Koli, Y. A., & Darmawan, D. (2020). Identifikasi Pengembangan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Kota Tarakan. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(2), 247–254. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v1i2.45>
- Muslimin, S., Zainab, W. J., Sekolah, T., Agama, I., & Gowa, A.-A. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/AJIE.V2I1.30>
- Ningrum, V., Putri, I. A. P., & Ekaputri, A. D. (2014). Pola pengeluaran dan gaya hidup penduduk muda kelas menengah: Studi empiris perkotaan di Jabodetabek. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 9(2), 95–106.
- Ober, H. (2020). Configure the Right Workstation for SOLIDWORKS 2020. *UC Riverside*. <https://news.ucr.edu/articles/2020/04/22/uc-riverside-freshman-builds-computers-high-school-students-need>
- Oktaria, Y., Mulyono, J., Permata, L., & Hartanti, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padang-Kepulauan Mentawai. *Widya Teknik*, 20(2), 80–85.

Ridwan Nurdiansyah, 2024

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- <https://doi.org/10.33508/WT.V20I2.2650>
- OneLine Game PC - Produk Resmi & Terlengkap.* (n.d.). Retrieved March 14, 2023, from <https://www.tokopedia.com/onlinegamepc/review>
- OneLine Game PC Official Store - Produk Resmi Lengkap & Harga Terbaik | Tokopedia.* (2022). <https://www.tokopedia.com/onlinegamepc/product?q=rakitan&sort=9>
- Opata, C. N., Xiao, W., Nusenu, A. A., Tetteh, S., & John Narh, T. W. (2020). Customer Value Co-Creation in the Automobile Industry: Antecedents, Satisfaction, and Moderation. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020948527>
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang: Studi pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92–100. <https://doi.org/10.3415/JURTEK.V11I2.1399>
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah* (A. Saifudin (Ed.)). StaiaPress.
- Raharjo. (2019). *Cara Uji Reliabilitas Split-half Spearman Brown dengan SPSS Lengkap.* www.spssindonesia.com.
- Rahayu, N. (2019). *Mengenal Revolusi Industri dari 1.0 hingga 4.0.* <https://wartaekonomi.co.id/read226785/mengenal-revolusi-industri-dari-10-hingga-40>
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Review Produk - COC Komputer | Tokopedia.* (n.d.). Retrieved March 14, 2023, from <https://www.tokopedia.com/cockomputer/review>
- Risanti, S. (2022). 9 Kelebihan dan Kekurangan PC Rakitan, Tips Membuatnya. <https://www.fortuneidn.com/tech/surti/kelebihan-dan-kekurangan-pc-rakitan>
- Robby, K., & Angery, E. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Saifuddin Azwar. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Salahuddin, M., & Lee, Y. A. (2021). Identifying key quality features for wearable technology embedded products using the Kano model. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 33(1), 93–105. <https://doi.org/10.1108/IJCST-08-2019-0130>
- Salim, M. (2017). Jual Beli secara Online menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/AD.V6I2.4890>
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3674>
- Sasana Digital. (2023). *Pentingnya Memahami Fitur, Benefit, dan Value Produk di Era Bisnis Digital.* <https://sasanadigital.com/apa-itu-fitur-benefit-dan-value-produk/>
- Sekaran, U., & Bougie. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. In *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, B). Salemba Empat.
- SekilasIT. (2022). *Cek Harga VGA Hari in : RTX 3050, RTX 3060, RX 6500 XT & RX 6600 Turun Cukup Signifikan - Sekilas IT.* <https://sekilasit.com/cek-harga-vga-hari-in-rtx-3050-rtx-3060-rx-6500-xt-rx-6600-turun-cukup-signifikan/>
- Setiadi, R., Setyowati, R., Iskandar, K., Syaifulloh, M., Abadiyah, A., Yulianto, A., & Ikhwan, S. (2022). The Effect of Perceived Price and Service Quality on Consumer Satisfaction of Healthy Baby Food Counters. *Food Science and Technology*, 10(2),

- 17–22. <https://doi.org/10.13189/FST.2022.100201>
- Setiawan, R. A. (2022). Issues in Islamic Derivatives and Proposals for Reforms in the OTC Market in Indonesia. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/jrfm15050222>
- Sibarani, Y. F., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Tahun 2021). *Jurnal Ekonomis*, 14(3a). <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2663>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Medi Publishing.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297–318. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Soemitra, A. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqih Muamalah*. Prenada Media Group.
- Sopuroh, S., & Tanjung, H. (2022). Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 730–744. <https://doi.org/10.47467/ALKHARAJ.V5I2.1304>
- Srianjani, T. (2015). Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Zoya Kudus Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 8(1), 1–18.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020.175-191>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. CV Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood(Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Swasta, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia. (2022). *Surat An-Nisa Ayat 29*. Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia%0AReferensi : <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html%0A>
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Services, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tussifah, H., & Navitsha, N. P. (2021). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Roya Café Mantingan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 69. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.10350>
- Wahab, H. A., & Nagaty, S. A. (2022). Online Customer Reviews and Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Image. *Scientific Journal for Economic & Commerce*, 52(1), 293–324. <https://doi.org/10.21608/jsec.2022.227491>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.
- Zulkarnaen, A. H. (2018). Masalah Rawan dalam Hubungan Industrial dan Konsep Negara Kesejahteraan Indonesia. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 2(2), 806–825. <https://doi.org/10.35194/JHMJ.V2I2.32>