

DAFTAR PUSTAKA

- Alserhan, B. A. 2020. (n.d.). *The Principles of Islamic Marketing Second Edition*.
- Ameliany, N., Ritonga, N., Sukmawati, C., & Sufi. (2025). *Analisis pengaruh strategi pemasaran di gital terhadap peningkatan penjualan UMKM Kecamatan Sawang Aceh Utara*. 1(1), 12–24.
- Amilin, M. K., & Sujianto, A. E. (2023). *Pengaruh Islamic Branding , Islamic Advertising dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Konveksi Helmi Busana Muslim Tulungagung*. 9, 156–170. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v9i1.31547>
- Andriani, A. D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam*. 2(1), 1–12.
- Arif, M., Bukit, R., Bremana, A. W., & Dewantara, N. (2024). *pengaruh digital marketing* Arif, M., Bukit, R., Bremana, A. W., & Dewantara, N. (2024). *pengaruh digital marketing*. 6(3), 296–310. 6(3), 296–310.
- Arriskoni, M. A., Soesanto, H., Manajemen, M., Diponegoro, U., Sains, J., & Indonesia, P. (2019). *Jurnal sains pemasaran indonesia*. XVIII(1), 15–33.
- Budiastuti, E., Trinayanti, I., & Dewi, nok luvita. (2024). *Jurnal Riset Manajemen , Bisnis , Akuntansi dan Ekonomi*. 3(1), 53–78.
- Budiyanto, H. (2024). *Menggali Minat Beli Konsumen : Peran Kualitas Produk dan Harga Tahu Baxo Ibu Pudji meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas produk mereka . Selain itu , hasil penelitian ini*.
- Fadjri, A. (2019). *Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Marzano Pondok Indal Mall 2*.
- Hasah, Z. (2025). *dan harga menyatakan bahwa*. 8(01), 243–257.
- Ilmiah, J., Manajemen, M., & Nomor, V. (2020). *Pengaruh pengawasan dan komitmen terhadap kinerja pegawai pada kantor kementerian agama kabupaten soppeng*. 3(April), 5–13.
- Insiyah, C., & Wulandari, D. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Pertumbuhan Jumlah Rekening Tabungan di BPRS Bhakti Sumenkar KCP*. 5(2), 151–170.
- Ismanto, W. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan analisis of factors affecting consumer satisfaction pendahuluan. Komunikasi merupakan suatu hal yang penting yang dianggap dapat membantu dan sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia . Sejak ditemukannya a*. 9(3), 536–548.
- Jurnal, S., Sosial, I., Sutarno, S., & Anggraini, D. (2022). *Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan*. 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>

- kumparanfood. (2019). *Sushi Tei Resmi Kantongi Sertifikasi Halal MUI*. <https://kumparan.com/kumparanfood/sushi-tei-resmi-kantongi-sertifikasi-halal-mui-1r3DQ61BFEI/full>
- Medan, badan pusat statistik kota. (2021). *Kota Medan Dalam Angka 2021*. <https://medankota.bps.go.id/id/publication/2021/02/26/695922e9701d335f2207cf74/kota-medan-dalam-angka-2021.html?>
- Mui, L. P. P. O. M. (2024). *Public Response to Halal Certification: A Study of the Interaction between MUI Fatwa and LP POM MUI*. 8(1). <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.7200>
- Nasution, M. Y. (2020). *European Journal of Management and Marketing Studies The influence of product knowledge on attitude and interest in buying Halal product*. 198–212. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v5i3.876>
- Nel Arianty. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung nel arianty*. 16(02), 68–81.
- Nurfila(2024). (2024). *Pembelian di Pamela Empat*. 8(1), 39–52.
- Nuri aslami. (2021). *Pengaruh kenaikan minat berbelanja konsumen di Toko pedia selama masa Pandemi*. 2, 164–170.
- Putri, B. A., & Kn, J. (2023). *Pengaruh Brand Activation Tri Indonesia di instagram terhadap minat beli perdana hero*. 1(1), 21–28.
- Scribd. (n.d.). *Uji Normalitas: Liliefors & Chi-Square*. <https://www.scribd.com/document/628124024/Definisi-uji-normalitas?>
- Sinaga, S. M. (n.d.). *Pengaruh Live Streaming , Online Customer Review dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare, marketplace adalah sebuah platform elektronik untuk pemasaran produk di mana banyak pembeli dan penjual berkumpul untuk berinteraksi*.
- sugiyono. (2013). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*.
- Suhartono, B., Purwanto, H., Sanjaya, vicky f, & Sidanti, D. H. (2024). *manajemen pemasaran yang terintegrasi*.
- Sushi Tei. (2026). *Peluang Waralaba*. <https://sushitei.com/franchise/?>
- Syaifuddin, M. A. (2022). *manajemen pemasaran islam*.
- Syawal, F., Merdeka, G., & Sudapet, I. N. (2024). *Pengaruh Motivasi Kerja , Beban Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Food dan Beverage Restoran di Jawa Timur*. 2, 74–82. <https://doi.org/10.29138/jkis.v2i2.50>
- Taniaslv. (2024). *Pengertian Dan Sejarah Sushi Dari Jepang*. <https://sc.ikifa.sch.id/pengertian-dan-sejarah-sushi-dari-jepang/?>
- Zulkarnaen, T., Sukmawati, C., Iryani, L., & Vany, K. (2025). *The Effect of Integrated Marketing Communication on Brand Equity for Mixue Consumers in Lhokseumawe City*. 9(2), 375–381.