Daftar Pustaka

- Andre Oliver.2020. “Strategi Diskon: Ketika Bisnis Memotong Harga Untuk Tingkatkan Penjualan,”GlintsBlog. 13 Oktober 2022
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Griffin, R. W., Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2020). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*, Thirteenth Edition (13th ed.). Boston: Cengage Learning. <http://www.cengage.com/>
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. PT. Inovasi Pratama Internasional
- Indrasari Meithiana., 2019, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Kolonio, Jeremia & Djurwati soepeno (2019). Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. Jurnal EMBA Vol. 7, No. 1
- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang. Jem Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 6(1), 96-104.
- Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach. 7th Edition, John Wiley & Sons Inc. New York, US.*
- Sudaryono. 2019. Metodologi Penelitian. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Susilawati, Cucu & Agus Joharudin. 2023. Labelisasi Halal dan Purchase Intention pada Produk Halal Non Makanan. Bandung : Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rohmaniah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating.
- Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

Wekke, Suardi Ismail, Dkk. 2019. Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta : Penerbit Gawe Buku

Wibowo, D. E., & Mandusari, B. D. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1).

Kartika, R. D. (2019). Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Segi Sambel Waroeng Jangkrik Cabang Jemursari Surabaya .Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Nurhidayati. (2019). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Loyalitas KonsuMEN Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Sari Roti di Boyolali).

Supriyadi, E. (2022). Analisis Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical Process Control (SPC) (Pertama). Pascal Books.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian Tesis (S2)

Kepada Yth
Bapak/Ibu Konsumen Industri Makanan
Di Kota Ambon

Assalamualaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Milly Camelia mahasiswa S2 jurusan Master Manajemen Bisnis dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici Business School Depok Jawa Barat. Guna melaksanakan tugas akhir pada program tersebut, maka saya mengadakan penelitian ilmiah dengan judul

"Pengaruh Label Halal, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim dengan Minat beli sebagai Variabel Intervening di Industri Makanan UMKM Kota Ambon Propinsi Maluku Indonesia".

Oleh karena itu, mohon kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini. Data yang valid dari jawaban atas kuesioner ini hanya digunakan semata-mata untuk keperluan penelitian dan tidak disebarluaskan. Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberi manfaat bagi perkembangan UMKM Industri Makanan di Kota Ambon. Terimakasih atas perhatian Bapak/Ibu.

Hormat saya,

Milly Camelia

Kualitas Pelayanan						
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	TS	STS
1	Penampilan bersih dan rapi dari pelayan menambah nilai baik sebuah tempat makan sehingga saya tertarik membeli	Bukti fisik				
2	Saya senang dengan pelayanan yang cekatan dan cepat tanggap sehingga saya ingin datang untuk membeli kembali	Keahlian dan Kesiagaan				
3	Pelayanan yang sopan dan ramah membuat saya ingin melakukan pembelian kembali	Empati				

Lokasi						
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	TS	STS
1	Saya memilih tempat makan yang lokasinya dekat dari tempat tinggal saya	Jarak				
2	Menurut saya area parkir yang luas menjadi pertimbangan pemilihan tempat makan	Fasilitas transportasi				
3	Saya memilih tempat makan yang memiliki fasilitas nyaman seperti toilet bersih dan internet gratis	Sarana dan Prasarana				

Minat Beli						
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	TS	STS
1	Saya akan merekomendasikan tempat makan yang cocok bagi saya kepada teman-teman	Minat Referensial				
2	Saya mencari rekomendasi tempat makan dari teman-teman	Minat Eksploratif				
3	Saya lebih senang makan di tempat makan lokal daripada restoran besar cabang luar Kota Ambon	Minat Preferensial				

Loyalitas						
No	Pernyataan	Indikator	SS	S	TS	STS
1	Jika saya cocok dengan satu tempat maka saya akan datang kembali ke tempat makan tersebut	Komitmen				
2	Saya akan makan di tempat yang sama berulang kali jika tempat tersebut memiliki label halal, pelayanan baik, dan memiliki lokasi strategis	Kepercayaan				

3	Jika ada kenaikan harga dari tempat makan langganan saya, saya akan tetap membelinya	Perubahan Harga				
---	--	-----------------	--	--	--	--