

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., Hasbullah, M. A., Wahid, M., Zada, K., Ma'afi, M., Masduki, I., dkk. (2021). *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU dan KPPU.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Makassar: Alfabeta.
- Arli, D., Gupta, N., Sardana, D., & Sharma, P. (2022). Demystifying the evaluation of brands endorsed by religious leaders in the emerging markets. *International Marketing Review*.
- Asfi, M. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB Media.
- Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baazeem, T., Mortimer, G., & Neale, L. (2016). Conceptualising the relationship between shopper religiosity, perceived risk and the role of moral potency. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., & Jumiyan, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 201 - 208.
- Damsar, & Indrayani. (2018). *Pengantar sosiologi pasar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Elbert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis*. (A. Maulana, Penyunt., & D. B. Putra, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Erdil, T. S. (2015). Effects of customer brand perceptions on store image and purchase intention: An application in apparel clothing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 196 - 205.
- Halim, M. A. (2018). *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hamali, A. Y., & Budihastuti, E. S. (2021). *Pemahaman kewirausahaan : strategi mengubah pola pikir "orang kantor" menuju pola pikir "wirausahawan" sukses*. Jakarta: Prenada Group.
- Hashim, H., Hussin, S. R., & Zainal, N. N. (2014). Exploring Islamic Retailer Store Attributes from Consumers Perspectives: An Empirical Investigation. *International Journal of Economics and Management*.
- Junaidi, J. (2020). Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism. *Management Science Letters*.

- Kashif, M., & Rehman, M. A. (2014). Expected service quality of utility stores in Pakistan. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2022). *Data Umat Berdasarkan Agama*. Dipetik Mei 18, 2022, dari Portal Data Kementerian Agama RI: <https://data.kemenag.go.id/statistik/agama/umat/agama>
- Marit, E. L., Nainggolan, P., Nainggolan, L. E., Purba, B., Mardia, M., Sudarmanto, E., dkk. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Marzuki. (2005). *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mohayidin, M. G., & Kamarulzaman, N. H. (2014). Consumers' Preferences Toward Attributes of Manufactured Halal Food Products. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*.
- Muryuniarsih, Rahman, A., & Hujaemah, O. (2014). Model Persaingan Bisnis Ritel Minimarket di Purwokerto. *Raushan Fikr*, 31 - 42.
- Nisa', K. (2015). *Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba*. Kudus : STAIN Kudus.
- Noor, R. A. (2013). *Konsep distribusi dalam ekonomi Islam dan format keadilan ekonomi di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Osman, M. (1993). A conceptual model of retail image influences on loyalty patronage behaviour. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.
- Pahlevi, R. (2021, November 25). *Jumlah Gerai Minimarket Meningkatkan 39% pada 2020*. Dipetik Mei 18, 2022, dari databoxs: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/jumlah-gerai-minimarket-meningkat-39-pada-2020>
- Pahlevi, R. (2021, November 24). *Nilai Penjualan Ritel Minimarket Lampau Supermarket dan Hypermarket pada 2020*. Dipetik Mei 18, 2022, dari databoxs: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/24/nilai-penjualan-ritel-minimarket-lampau-supermarket-dan-hypermarket-pada-2020>
- Pahlevi, R. (2021, November 23). *Nilai Penjualan Ritel Minimarket Terus Meningkatkan Saat Pandemi*. Dipetik Mei 18, 2022, dari databoxs: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/23/nilai-penjualan-ritel-minimarket-terus-meningkat-saat-pandemi>
- Rahman, A. (2002). *Penjelasan lengkap hukum-hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia.
- Ratnasari, R. T., Ula, F. U., & Sukmana, R. (2020). Can store image moderate the influence of religiosity level on shopping orientation and customers' behavior in Indonesia? *Journal of Islamic Accountig and Business Research*.
- Rozalinda. (2019). *Ekonomi islam : teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Depok: Rajawali Pres.
- Sahlan, M. K., Abu-Hussin, M. F., & Hehsan, A. (2019). Implications of religious identity in creating value added partnership within halal mart retailers. *Market coopetition*.
- Saladin, D. (2011). *Manajemen Strategik*. Bandung: Agung Ilmu.
- Satria. (2016). *Daya Saing Produk Unggulan Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kutacane Aceh Tenggara*.
- Siddiqi, M. N. (1991). *Kegiatan ekonomi dalam Islam*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Smith, B., Rippe, C. B., & Dubinsky, A. J. (2018). India's Lonely and isolated consumers shopping for an in-store social experience. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Soemarsono. (1990). *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solihin, I. (2006). *Pengantar bisnis Pengenalan praktis dan studi kasus*. Jakarta: Kencana.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. (C. Mitak, Penyunt.) Yogyakarta: Andi Offset.
- Sopiah, & Syihabudin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Yogyaka Andi.
- Suhasril, & Makarao, M. T. (2010). *Hukum larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sujana, A. S. (2012). *Manajemen Minimarket*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thomason, S. J., Simendinger, E., & Kiernan, D. (2013). Several determinants of successful coopetition in small business. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*.

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Pusat Pengkajian dan Pengembangan
Ekonomi Islam, Bank Indonesia. (2019). *Ekonomi Islam*. Jakarta:
RajaGrafindo Persada.

