

DAFTAR PUSTAKA

Azany, F. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk Motivasi Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bellagio Java Supermall Semarang)*. Universitas Diponegoro.

Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. International Institute of Islamic Thought. <https://books.google.co.id/books?id=kiVcCgAAQBAJ>

Berthon, P., Hulbert, J. M., & Pitt, L. F. (1999). To Serve or Create? Strategic Orientations toward Customers and Innovation. *California Management Review*, 42(1), 37–58. <https://doi.org/10.2307/41166018>

BPS Kabupaten Kudus. (2020). *Kabupaten Kudus Dalam Angka 2020*. BPS Kudus.

Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Charterina, J., Landeta, J., & Basterretxea, I. (2018). Mediation effects of trust and contracts on knowledge-sharing and product innovation: Evidence from the European machine tool industry. *European Journal of Innovation Management*, 21(2), 274–293. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2017-0030>

Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*,

140(November 2018), 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.025>

Crawford, C. M., & Di Benedetto, C. A. (2003). *New Products Management*.

McGraw-Hill. <https://books.google.co.id/books?id=kuS2AAAAIAAJ>

Creswell, J. W. (2016). *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif,*

Kuantitatif, dan Campuran) (4 ed.). Penerbit Pustaka Pelajar.

Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap

Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya.

Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1–12.

Edris, M., Handoyo, A. S., & Lusianti, D. (2017). Kinerja UMKM Tenant

Inkubator Bisnis Universitas Muria Kudus Berdasarkan E-Marketing.

Prosiding SNATIF ke-4 Tahun 2017, 153–160.

<https://doi.org/10.2298/PAN0903301G>

Fatoki, O., & Chiliya, W. (2012). An Investigation into the Attitudes toward

Business Ethics and Corporate Social Responsibility by Local and Immigrant SME Owners in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 32(1), 13–21.

<https://doi.org/10.1080/09718923.2012.11893048>

Ferdinand, A. T. (2000). *Structural equation modeling dalam penelitian*

manajemen aplikasi model-model rumit dalam penelitian untuk tesis S-2 &

disertasi S-3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fian, J. Al. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.

Furnham, A. (1990). *The protestant work ethic: The psychology of work-related beliefs and behaviours*. Routledge.

Ghozali, I. (2006). *Applikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<https://books.google.co.id/books?id=JdqJAQAAQAAJ>

Hakim, F. N., Solechan, A., & Migunani. (2015). Perancangan Katalog Digital Pada UMKM Sentra Bordir Desa Padurenkan Kudus. *Jurnal Informatika Upgris (JIU)*, 1(2), 160–169.

Hong, I. B., & Cha, H. S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927–939.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.007>

Isnaeni, A., & Muchamad. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kafe Fruit Coffee Refresho Di Tulungagung). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 129–138.

Javed, B., Bashir, S., Rawwas, M. Y. A., & Arjoon, S. (2017). Islamic Work

- Ethic, innovative work behaviour, and adaptive performance: the mediating mechanism and an interacting effect. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 647–663. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1171830>
- Kartika, C. (2017). Pengaruh Entrepreneurial Orientation, Culture Organization Internal Factor Terhadap Performance Organization Melalui Corporate Entreprenuership Capability Pada UMKM Batik Tulis Di Jawa Timur. 1–20.
- King-Kauanui, S., Thomas, K. D., & Waters, G. R. (2005). Entrepreneurship and spirituality: Integration of spirituality into the workplace. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 2(2), 255–274. <https://doi.org/10.1080/14766080509518582>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). *Marketing Management: First European Edition*. Trim Komunikata. <http://books.google.no/books?id=8VDYaWzc9MgC>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *A Framework For Marketing Management* (P. E. L. 2016 (ed.); 6 ed., Vol. 3, Nomor 2). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Matzler, K., Schwarz, E., Deutinger, N., & Harms, R. (2008). The Relationship between Transformational Leadership, Product Innovation and Performancein SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*,

- 21(2), 139–151. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593418>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Royani, W. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dan dampaknya terhadap minat loyalitas. In *Manajemen Ekonomi Bisnis*. Universitas Diponegoro.
- Said, N. (2014). Spiritual Enterpreneurship Warisan Sunan Kudus: Modal Budaya Pengembangan Ekonomi Syari'ah Dalam Masyarakat Pesisir. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 No.2, 226–242.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v2i2.730>
- Satriawan, N. D., & Usman, N. (2018). Effect of Commitment, Trust and Satisfaction of Customer Retention of Honda Motor Products Matic. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 45–57. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1516>
- Setyawan, B. D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*, 1–122.
- Sonny, K. (1993). *Etika Bisnis, Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Kanisius.
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2015). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing

Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas)

Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara XI (Persero). *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 12(2), 64–79.

Sumintono, B., & Widhiarso, W. (2014). *Aplikasi Model Rasch Untuk penelitian ilmu-ilmu sosial* (Revisi). Trim Komunikata.

Sumintono, B., & Widhiarso, W. (2015). *Aplikasi Pemodelan Rasch Pada Assessment Pendidikan* (B. Trim (ed.); 1 ed.). Trim Komunikata.

Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.

Uygur, S., Spence, L. J., Simpson, R., & Karakas, F. (2017). Work ethic, religion and moral energy: the case of Turkish SME owner-managers. *International Journal of Human Resource Management*, 28(8), 1212–1235.

<https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1166790>