

DAFTAR PUSTAKA

- A.Parasuraman and Valarie A. Zeithaml. (2001). *Delivering Quality Service (Terjemahan Oleh Sutanto)*. New York: The Free Press.
- Ahmad Pitra, Jumli, A., Ahmad, (2018). *The Impact Of Service Quality On Muslim Customers In Shariah Compliant Hotel*. J. Tour. Hosp. Environ. Manag.
- Alserhan, Baker Ahmad. (2010). *On Islamic branding : Brands As Good Deeds*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 1 No. 2, 2010
- Aminilloh, M. (2019). *Pengaruh Dimensi Islam Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Dalwa Hotel Syariah*. Thesis
- Amirullah, (2002), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Penerbit, Graha Ilmu, Jakarta.
- Andini, D.D. (2018). *Islamic Branding dan Media Sosial: Implikasi pada Keputusan Menginap di Hotel Syariah (Survey pada Tamu Menginap di Noor Hotel: Muslim Botique Hotel Kota Bandung)*. Skripsi
- Andesta, W., & Abrian, Y. (2019). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hannah Hotel Syariah Painan*. Jurnal Pendidikan dan Keluarga Vol 11 No. 1. e-ISSN: 2549-9823
- Annajiyah Mansyuroh, F. (2019). *Peluang Dan Tantangan Bisnis Hotel Syariah Pada Masyarakat Kosmopolitan*. <https://www.hvs.com/content/2856.pdf>.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arisman, R. T. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Customer Memilih Hotel Syariah Sebagai Layanan Jasa (Studi Pada Syariah Hotel Solo)*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z. (2011). *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*. Jeba, 1-8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Aulya Shifa. (2020). *Faktor penentu Keputusan Menggunakan Label Syariah Pada Hotel di Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Bagyono, (2006). *Manajemen Housekeeping Hotel*. Bandung: Alfabeta

Basalamah, A. (2011). *Hadirnya Kemasan Syariah Dalam Bisnis Perhotelan Di Tanah Air*.

Basu, swastha.(2001). *Manajemen Penjualan*, cetakan kelima. BFSE : Yogyakarta.

Danang Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)

David L. Morgan (2015); *Integrating Qualitative and Quantitative Methots; Pragmatic Approach*; Sage, Los Angeles, London

Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior, 8th d*, Orlando: The Dryden Press.

Ety, Dwisusanti.(2006).*Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh dengan Keputusan Pelanggan Tetap Menginap di Hotel Palace Surabaya*,Jurnal-jurnal Ilmu Sosial.Vol 6, No 2.

Faturohman, I. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia*. Jurnal Adminstrasi Niaga, 10(1), 882–893.

Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*.

Halim, Abd., & Baroroh, N. (2021). *Pariwisata Halal: Studi Komparatif Hotel Syariah di Yogyakarta dan Bali*. Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam, 15(1), 53–66. <https://doi.org/10.24090/mnh.v15i1.4602>

Henderson, J. C. (2010). *Sharia-compliant Hotels*. Tourism and Hospitality Research, 10(3): 246–254.

<https://magelangkab.bps.go.id/dynamictable/2018/11/14/195/jumlah-pengunjung-candi-borobudur.html>, diakses pada 24 Februari 2022

<https://magelangkab.bps.go.id/indicator/16/325/2/persentase-tingkat-penghunian-kamar-hotel-dan-akomodasi-lainnya.html>, diakses pada 22 Februari 2022

Huda, N., Zulihar, & Rini, N. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah*. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 2(4), 490–511. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.4033>

- Ika Suryono D. (2018). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor*. Vol.1 (No. 1) : No. 1 -No 91 . Th. 2018, 1(1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Isqumariah, Diah (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, Religiusitas, Dan kepercayaan (Trust) Terhadap Keputusan menggunakan Hotel Syariah: Kepuasan pengunjung Sebagai Variabel Perantara*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Izza, M. (2018). *Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqasid as-Syariah*. 4(1), 19–34. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Jayanti, W. A., & Iriani, S. S. (2020). *What Attracts Guest to Stay? Brand Identity, Religiosity, and Reference Group towards Decision to Choose Sharia Hotel*. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v4n1.p32-47>
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga
- Kartini F, Widyarini. (2014). *Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*. In *Bisnis Islam* |: Vol. IX (Issue 1).
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Benyamin Molan. 12th ed*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*
- Lubis, H. K., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). *Analisis Faktor Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah di Kota Medan*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM

- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Cakra Ilmu
- Mas'ud, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: Undip Press.
- Maulidya, N. R., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor*. Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah
- Mohd Yusof, Y. L., & Wan Jusoh, W. J. (2014). *Islamic Branding: The Understanding and Perception*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130, 179–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.022>
- Mowen, John C. and Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Dwi Kartini Yahya. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Muhamad Muflih. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Mujib, A. (2016). *Asy-Syir'ah Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia*. In Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum (Vol. 50, Issue 2).
- Nooh, M. N., Nawai, N., Dali, N. R., & Mohammad, H. (2007). *Halal Certification: What the SME Producers Should Know*. Proceedings of the 1st Entrepreneurship & Management International Conference. Kangar, Perlis.
- Perwani, Y. S. (1993). *Teori dan Petunjuk Praktek Housekeeping untuk Akademi Perhotelan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- P3EI UII Yogyakarta. (2013). *Mashlahah Dan Falah Sebagai Inovasi Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada
- Putit, L., M. Muda, A. N. Mahmood, N. Z. A. Taufek, and N. Wahib. (2016) *Linking 'Halal' Friendly Hotel Attributes and Customer Satisfaction: The Islamic Tourism Sector*. Journal of Emerging Economies and Islamic Research 4, Special Issue
- Putri, M. J., & Rimadiaz, S. (2020). *Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Indonesia (Telaah Pada Mie Ramen Jepang Halal)*. Proseding Seminar ..., 1–12. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/2614>

- Qardhawi, Muhammad Yusuf. (1980). *Halal wal haram fil Islam. Terj. Mu'ammal Hamidy. Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: PT BINA ILMU.
- Rachmiate, A., Rahmafitria, F., Suryadi, K., Larasati, A.R., (2022). *Classification of halal hotels based on industrial perceived value: a study of Indonesia and Thailand*. Int. J. Tour. Cities 8, 244–259. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2021-0063>
- Rahardi, N., & Wiliasih, D. R. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah Analysis Of Factors Affecting Consumer Preferences Of The Hotel Syariah*.
- Rahmanto, A. N., & Hartini, S. (2020). *Branding Hotel Syariah Dalam Mendukung Halal Tourism Di Kota Solo* (Vol. 1, Issue 1).
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2009). *Manajmene Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta,
- Rumekso, SE. (2002). *Housekeeping Hotel*, Yogyakarta: ANDI
- Ridwan, F. F., Nurdin, S. E., & Si, M. (2020). *Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Minimarket Syariah Kitamart Cibatu Bandung)*. 4(1). www.jhei.appheisi.or.id
- Sabri, Fahrudin Ali. (2010). *Perkembangan Hotel Syari'ah Di Indonesia; Mengonsep Pariwisata Islami*. Karsa, Vol. XVIII No. 2, Hal 114-122.
- Sadiyah, H. (2018). *Pengelolaan Hotel Syariah Menurut Fatwa Dsn-Mui Nomor 108 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus Di Hotel Ratna Syariah Kota Probolinggo)*.
- Saleh, S. S. (2017). *Willingness To Pay (WTP) dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung*.Bogor: Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Samori, Z., Sabtu, N., (2014). *Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study*. Procedia - Soc. Behav. Sci. 121, 144–157. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1116>
- Sanchaya Hendrawan, J., & Sirine, H. (2017). *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)*. In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 02, Issue 03).

- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Karya Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2001). *Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6, Buku 1, Cetakan kedua*. Jakarta: Karya Salemba Empat.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak: Pengalaman Penerapan pada Bisnis Hotel*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Z.A., Iranmanesh, M., Foroughi, B., Rosly, O., (2021). *The impacts of Shariah-compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit intention: religiosity as a moderator*. J. Islam. Mark. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0179>
- Sulastiyono, A. (1999). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suluh, Sugeng W. (2020). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Hotel Syariah Di Yogyakarta (Studi Kasus Hotel Unisi Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Surat Keputusan Menteri Perhubungan R.I. No. PM 10/PW – 301/Phb. 77, tanggal 12 Desember 1977. (1977). *Jakarta: Departemen Perhubungan*.
- Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. 241/11/1970. Definisi Hotel
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sutopo. (2014). *Pentingnya Tata Informasi Tentang Pelayanan Publik Bagi Masyarakat*. " Journal of Rural and Development V(1):15–26.
- Suwithi, Ni Wayan., dan Cecil Erwin Jr. Boham. (2008), *Akomodasi Perhotelan Jilid 1*, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan

- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE Utama, Jakarta.
- Rabbina. U. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Kasus Di Kota Malang)*. Skripsi
- Wahyudin, L. P. (2018). "Dimensi Religiusitas dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)". *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)* Volume 20 Nomor 03
- Wahyudin., Pradistii, L., Wulandari., & Zulaikha, S. (2018). *Dimensi religiusitas dan pengaruhnya terhadap organizational citizenship behaviour*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(03), 1–28.
- Wedatama, A. A., & Mardiansjah, F. H. (2018). *Pengembangan Homestay Berbasis Masyarakat Pada Kampung Homestay Borobudur*. *Jurnal Pengembangan Kota*, 6(2), 135. <https://doi.org/10.14710/jpk.6.2.135-143>
- Widyarini Fitri, & Kartini. (2014). *Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*. In *Jurnal EKBISI* |; Vol. IX (Issue 1).
- Widyarini. (2013). *Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*. In *Bisnis Islam | Jurnal EKBISI* (Vol. VIII, Issue 1). www.yogyes.com/id/yogyakarta-vacation-
- william, & Purba, T. (2020). *The Effect Of Service And Quality Facilities Of Customer Satisfaction On Mazda Workshop In Batam City*. 8(1).
- Yadhaningrum, P. F., & Hidayatul, L. L. A. (2021). *Pengaruh Brand Identity, Motivasi Terhadap Keputusan Menginap Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Hotel Syariah*. *Borobudur Management Review*.
- Yayuk sri, perwani.(1993).*Teori dan Petunjuk Praktek House Keeping untuk,Akademi Perhotelan* ,Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Yuswohady. (2014). *Marketing Of The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Yunus, S.N.N.M., Wan, E.W.R., Norafifa, M.A., dan Norhidayah, M.R., (2013). *Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer*". *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 130.
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). *Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food*

Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>

Zamakhsyari A Baharuddin., Fahadil A Al Hasan. (2018). *Perkembangan Bisnis Hotel Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat)* (Vol. 11, Issue 1).
<https://www.posbali.id/mui-ntb-serti%EF%AC%81->

