

DAFTAR PUSTAKA

- 10 Negara dengan Jumlah Penduduk Islam Terbanyak di Dunia. Di akses pada 17 April 2019, melalui: <https://ilmupengetahuanumum.com/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-islam-terbanyak-di-dunia/>
- Akses Transportasi Jadi Kendala Wisatawan. Di akses pada 17 April 2019. Melalui: <https://www.beritasatu.com/home/86006/akses-transportasi-jadi-kendala-wisatawan>
- Astini & Sulitiyowati. (2018). Pengaruh Destination Image, Travel Motivation dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara Muslim di Pantai Carita Pandeglang Banten)
- Aviolitasona. (2017). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Benarkah RI Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia? Di akses pada 17 April 2019, melalui: <https://tirto.id/benarkah-ri-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia-cuGD>
- Deksono. (2017). Pengaruh Motivasi Wisata dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Goa Pindul. Yogyakarta.
- Djakfar, Muhammad. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia. UIN – Maliki Press.
- Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan. Di akses pada 17 April 2019. Melalui: <https://www.slideshare.net/anwani9/laporan-penelitian-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-wisatawan-berkunjung-ke-glagah-indah-yogyakarta>
- Frisdiantara & Graha. (2013). Pengaruh Dimensi Pelayanan dan Dimensi Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Univesitas Kanjuruhan, Malang.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Santika dan Kardaningsih. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia. Semarang - Jawa Tengah: Universitas Dian Nuswantoro.
- Harjasiwi, D. P. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010-1013). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.1*.

- Hawkins, & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: MC Graw.
- Indrawan, R., & Yuniawati, P. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan. Dalam Indrawati, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis, Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi* (hal. 12). Bandung: Refika Aditama.
- Isa *et al.*, 2018. *Muslim tourist perceived value: a study on Malaysia Halal Tourism*. Graduate School of Business, University Sains Malaysia, Gelugor, Malaysia.
- Jualan Pariwisata, Ini yang Harus Dilakukan Pelaku Industri. Di akses pada 17 April 2019. Melalui: [https://wisata.harianjogja.com/read/2019///03/28/504/981228/jualan-pariwisata-
ini-yang-harus-diperhatikan-pelaku-industri](https://wisata.harianjogja.com/read/2019///03/28/504/981228/jualan-pariwisata-ini-yang-harus-diperhatikan-pelaku-industri)
- Kepmen No_KM_40 Ttg: Logo Halal Tourism Indonesia. Diakses pada November 2018. Melalui: www.kemenpar.go.id
- Kememparekraf. 2013. *Indonesia ad Moslem Friendly Destination* (Buku Panduan)
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014) *Principles of Marketing Fifteenth Edition*. Harlow: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2016) *Marketing Management*, Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nassar *et al.*,. (2015). *Factors Influencing travel to Islamic destinations: an empirical analysis of Kuwaiti nationals*
- Nisa, Rizlia Khairun. (2018). Kekuatan Pariwisata Indonesia Masuk 10 Besar Dunia versi WTTC. Diakses pada November 2018. Melalui: www.merdeka.com.
- Philip , K., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey US: Pearson Prentice Hall.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riduwan. (2014). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Akdon. (2015). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Dalam S. N. Khairatunnissa, *Pengaruh Servicescape Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marche Restaurant Grand Indonesia*. Jakarta: Universitas Telkom.
- Riduwan, & Akdon. (2016). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Dalam T. A. Basuki, & N. Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi aplikasi SPSS & Eviews)* (hal. 87). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Riduwan, & Kuncoro. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan aplikasinya*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C. V Andi Offset.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2015). Research Methods for Business. Dalam Indrawati, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi* (hal. 124). Bandung: Refika Aditama.
- Setiadi, N. J. (2008). *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, M. R. (2016). Consumer Behavior Buying, Having and Being. Dalam P. Kotler, & K. L. Keller, *Marketing Management* (hal. 179). New Jersey US: Pearson International Edition.
- Sopyan. (2015). Analisis Pengaruh daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu), Semarang.
- Sosial Media Efektif sebagai Media Promosi. Di akses pada 17 April 2019. Melalui: <https://indonesiana.tempo.co/read/123366/2018/03/07/rosse20060277/sosial-media-efektif-sebagai-media-promosi-pariwisata>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Penelitian Kuantitatif*. Dalam A. Wardhana, B. R. Kartawinata, & Syahputra, *Metode Riset Bisnis* (hal. 64). Bandung: PT. Karya Manunggal Lithomas.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. (2014) *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Turnbull & Wingett. 2016. *Halal Holidays: exploring expectations of Muslim-friendly holiday*. University of Portsmouth and Department of Marketing, Portsmouth Business School, Portsmouth, UK.