

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, K.D., & Kiswanto, A. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, 13(3), 9-22
- Alfi, J.W., & Iriani S.S. (2020) What Attracts Guest to stay ? Brand Identity, Religiosity, and Reference Group towards Decision to Choose Sharia Hotel. *Al-Uqud: Jurnal of Islamic Economics*, 4(1), 32-47.
- Arikunto, S. (2010). Metode Penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Astogini, D. W., & Wulandari, S. (2011). Aspek Kualitas pelayanan Dalam keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal JEBA*, 13(1), 1-8.
- Ayşe Ozfer Özcelik, L. S.A. a. M. S. S. 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal*, 2(1) 43-50.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2021). *Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang: BPS Provinsi Sumatera Barat.
- Baharuddin, A.Z., & Al Hasan, F. A. (2018). PERKEMBANGAN BISNIS HOTEL SYARIAH DI INDONESIA (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat) *Al-Adl*, 11 (1), 33-52.
- Bank Indonesia (2021). *Pengembangan Industri Halal Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/Pengembangan-Industri-Halal-Dukung-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional.aspx>. Diakses pada 20 Desember 2022
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya kemasan syariah dalam bisnis perhotelan di tanah air. *Binus Business Review*, 2(2) 763-769
- Boediono, 2010. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta

- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 1-9.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design : Qualitative. Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Newbury Park : Sage Publications.
- Fathoni, m., Soetjipto, B. E., & Handayani, P. (2021). Customer Awareness of Sharia Compliant Hotels (Study on Hotel Customers in Malang. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 522 - 532.
- Firdaus M, H., & Afendi FM. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press.
- Haque, A., Azam, S., & Chowdhury, N. A. (2019). Factors affecting Purchase behaviour of Shariah compliant hotels : a study from Muslim consumers' perspective. *International Journal of Islamic Marketing and branding*, 104-123.
- Henderson, J. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 246-254.
- Huda, N. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 490-511.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017. *Journal of Economic Studies*, 34-47.
- Iranita, I., & Purta, A. (2019). Pengaruh citra destinasi, aksesibilitas wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan kw wisata bahari desa benan. *Bahtera Inovasi*, 2(2), 102-110.
- Iranmanesh, M., Sulaiman, Z, A., Foroughi, B., & Rosly, O,. (2020). The impacts of Shariah-compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit

intention: religiosity as a moderator. *Journal of Islamic Marketing Vol. 13 No. 10.* 2108-2125

Izza, Muh. 2018. *Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqashid As-Syariah.* Al-Tijarah. Vol 4 No 1

Jafari, J., & N, S. (2014). Muslim word and its tourism. *Annals of research* , 1-19.

Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri.* Umsu Press.

Juanda , B. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis.* Bogor (ID): IPB Press.

Kamal, A. H., Salam, A., Sani, A. A., Brojosetami, P., & Sudibyo, T. D. (2021). Impact of Service Quality and Application of Sharia Principles on Consumer Intention of Sharia Hotel. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 165-178.

Kamarni, N. (2019). Peran dan kontribusi modal sosial islami dalam program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat berbasis maqashid syariah di kabupaten padang pariaman dan kabupaten solok sumatra barat. Disertasi.

Karim, A. (2016). *Ekonomi Mikro Islam.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Consumer Loyalty in the hotel industry : the role of consumer satisfaction and image. *International journal of contemporary hospitality management*, 12 (6), 346-351

Kementerian Agama Republik Indonesia (2020). <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>, diakses pada tanggal 20 Desember 2022

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management.* 11 edition. Prentice Hall, New Jersey

- Koschate-Fischer, N., Diamantopoulos, A., & Oldenkotte, K. (2012). Are consumers really willing to pay more for a favorable country image? a study of country-of-origin effects on willingness to pay. *Journal of International Marketing*, 20 (1), 19-41.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Madalena, S., Kosim, A M., & Sutisna. (2022) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah Yogyakarta. *Jurnal Kajian Ekonomib& Bisnis Islam*
- Mankiw, G. (2018). *Priciples Of Economics: Pengantar Ekonomi Mikro. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N., Quah, E., & Wilson, P. (2012). *Pengantar Ekonomi Asia*. E: Edisi ASIA, Cetakan 1, Salemba Empat, Humanika, Medika.
- Martini, T (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*, 9(1).
- Mariyanti, E., Sari, P. E., & Putri, S. L. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah di Kota Padang. *Menara Eonomi IV*, 9-17.
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen, Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Munandar (2012). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian IPB*
- Mursidi. (2010). Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Mengingat. *Jurnal Teknik Industri dari Fakultas Ekonomi*.
- Nasution, M .E. (2007). *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.



- Nicholson, W. (2002). *Microeconomy Theory. Basic Principle and Extensions*. New York: Harcourt Brace Colege Publishers.
- Noor, S. M., Nasirun, N., Kassim, K. M., & Amir, A. A. (2019). *Customer Satisfaction Toward Sharia Compliant of Hotel Design and Operation*. Malaysia: Springer Singapore.
- Nugroho, A. (2015). *Pengaruh Kualitas pelayanan dan Afeksi Diri Terhadap Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah. Disertasi*.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Esensi
- P3E1. (2011). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajawali Persada.
- Prajna, E., Rahmi, D., & Rani W. (2019) Faktor-faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 24-30
- Rahardi, & Wiliasih. (2016). Analysis Of Factors Affecting Consumer Preferences Of The Hotel Syariah. *Jurnal Syarikah*, 180-192.
- Reza, M. (2021). Retrieved 01 24, 2023, from Teori Penawaran : Pengertian, Faktor, Jenis, Fungsi dan elastisitas Penawaran Teori penawaran : Pengertian, Faktor, Jenis, Fungsi dan Elastisitas Penawaran: <https://www.mandandi.com/2021/07/teori-penawaran-pengertian-faktor-jenis.html>
- Ririn, R. T., & Mastuti, A. (2016). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Miller, Roger leRoy dan Roger Meiners, 2000. *Teori Mikro Ekonomi Intermediate*, Jakarta : PT Raja Grafindo Pesada
- Rosenberg, P., & Choufany, H. (2009). *Spiritual Lodging - The Sharia-compliant Hotel Concept*, HVS Global Hospitality Services, Dubai.

- Saad, H., Badran, N., & Abdel-Aleem, M. (2016). Sharia-compliant hotels in Egypt : concept and challenges. *Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University*, 1-15.
- Schiffman & Kanuk (2008). *Perilaku konsumen*. edisi 7. Jakarta Indeks
- Salleh, N., Hashim, N., Hamid, A., & Omain, S. (2016). The practice of Shariah-compliant hotel in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 26-39.
- Simamora, B. (2002). *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Sobari, N., Usman, H., Wathani M, Z., (2017) The Influence of Sharia Compliance and Marketing Mix on Satisfaction and Intention of Muslim Tourist to Revisit Sharia Hotel. *Journal International Conference on Business and Management Research*, 645-656.
- Sugiarto. (2015). *Ekonomi Mikro (sebuah Kajian Komprehensif)*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sumarto, 2007. Membangun Customer Loyalti Nasabah Bank melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol 7 (2)*
- Tjiptono, F., & G, C. (2011). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Vegirawati, T., Yusnaini, & Ningsih, E. K. (2019). Customer Attitude and Intention Toward Sharia-Compliant Hotel. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 559-578.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Widyarani, & Kartini, F. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 83-102.
- Wijaya, T. (2013). *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Prktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- WTM. (2007). *The World Travel Market Global Trend Report 2007*, Word Travel Market, London.
- Yunita, D., & Rossa, A (2016). Pengaruh Mncari Variasi, Ketidakpuasan dan Ketidak Tersediaan Produk Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(4), 539-558.
- Yunitasari, D., Riswanda, I. C., & Istiyani, N. (2021). Determinan Preferensi Konsumen Memilih Hotel Syariah di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 290-301.
- Yuswohady, (2014) *Marketing Of The Middle Class Muslim*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies : the cases of Iran and Saudia Arabia. *The International Journal of Tourism Research*, 79-89.