

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224-231.
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis. *Tourism Management*, 81, 104154.
- Ahman, E. dan Yana, R. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of Halal-Friendly Destination Performances, Value, Satisfaction, and Trust in Generating Destination Image and Loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13, 51-60.
- Akhmad, A (2014). *Predicting Determinant Factors and Development Strategy for Tourist Villages*.
- Albastomi, A. Y. (2022). Pengaruh Penerapan Prinsip Syariah, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penginapan Syariah dengan Preferensi Sebagai Variabel Intervening (Studi di Welaran Homestay Syariah dan Ritma Guest House Syariah Banyuwangi) (*Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember*).
- Ambarwati, F. (2023). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Perilaku Karyawan dan Loyalitas Pelanggan Pada Mall Batik Salma Cirebon (*Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati*).
- Andriani, S., & Ma'shum, S. A. M. A. (2022). Indonesian Halal Tourism Trend in Islamic Perspective, Global, and Local Context. In *Reinforcement of The Halal Industry for Global Integration Revival* (pp. 59-66). Routledge.
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & ZA, S. Z. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145-153.
- Arif, S. (2007). *Preserving the Semantic Structure of Islamic Key Terms and Concepts: Izutsu, al-Attas, and al-Raghib al-Isfahani*.
- Aswida, H., Yusri, D., & Alam, A. P. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tanjung Pura. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 189-208.

- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam OEY Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551-562.
- Ayumi, S. A., Riptanti, E. W., & Khomah, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampong Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis*, 6(1), 1-16.
- Azizi, M. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pengembangan Wisata Pantai Di Pamekasan (*Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Madura*).
- Badruzzaman, M. F. (2015). *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Cahyanti, H. S., & Mas'ud, F. (2020). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Advertensi, Citra Merek dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Semarang Pada Produk Kosmetik Halal Wardah* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Camilleri, M. A. (2018). *Travel Marketing, Tourism Economics and The Airline Product: An Introduction to Theory and Practice*. Springer International Publishing.
- Campbell, A. (2017). Price and Income Elasticities of Electricity Demand: Evidence From Jamaica. *Energy Economics*, 69, 19-32.
- Chotib, M. (2015). Wisata Religi di Kabupaten Jember. *Jurnal Fenomena*, 14(2), 206-225.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104-112.
- Destiana, R., & Astuti, R. S. (2019). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *In Conference on Public Administration and Society* (Vol. 1, No. 01).

- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHA Dequity Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 38-55.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Goh, C. (2012). Exploring Impact of Climate on Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1859-1883.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and Innovation*. Routledge.
- Hasan, S., & Mapparenta, M. (2017). The Effect of Destination Image, Service Quality, and Marketing Mix on Tourist Satisfaction and Revisiting Decisions at Tourism Objects. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(8), 727-740.
- Harjati, L., & Vanesia, Y. (2015). The Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction on Tiger Air Mandala Airline. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1).
- Haryanti, N. (2019). Teori Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvensional. *E-journal Sunan Gunung Djati State Islamic University*, 1(2).
- Hergastyasmawan, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Lokasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam di Warung Ayam Geprek “Preksu” Tahun 2018 (*Master's thesis, Universitas Islam Indonesia*).
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119
- Hidayat, R. S., & Sutopo, S. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1168-1177.
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WOM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 164-170.

- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021). Pengaruh Destination Image Terhadap Revisit Intention dan Intention to Recommend Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 176-187.
- Kadir, A. (2013). Konsep Pembelajaran Kontekstual di Sekolah. *Dinamika Ilmu*, 13(1).
- Kemendikbud. (2022). Buku Tren Industri Pariwisata 2022. Jakarta. Diakses dari <https://www.kemendikbud.go.id/pustaka/Buku-Tren-Pariwisata-2022>.
- Kennedy, P. S. J. (2016). *Modul Ekonomi Mikro Teori Perilaku Konsumen dengan Pendekatan Ordinal*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Concepto de Marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Il Marketing del Nuovo Millennio*. Pearson Italia Spa.
- Krisdianto, K. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi di Jombang. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 59-73.
- Kuncoro, M. (2004). *Otonomi & Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*.
- Lestari, I., & Amsari, S. (2019). *The Communication of Halal Tourism with Sharia Regulation in Increasing Income and Community Welfare In North Sumatra*. in Proceeding International Seminar of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, pp. 453-464).
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(1), 37-43.
- Mankiw, N. G. (2006). *Principles of Economics Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meitiana, M., Setiawan, M., Rohman, F., & Irawanto, D. W. (2019). Factors Affecting Souvenir Purchase Behavior: Valuable Insight for Tourism Marketers and Industry. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(3).
- Melania, F. A., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Pemasaran Islami terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk Chizikk Surabaya). *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 43-56.
- Meyers, K.(2017). *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.

- Muliati, T., & Nurmatias, F. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-15.
- Nafis, R. W. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(1), 40-45.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275-296.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1-12.
- Paludi, S. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. *Jurnal Panorama Nusantara*, 11(1).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. McGraw-hill.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2013). *Microeconomics (The Pearson Series in Economics)*.
- Putra, W. W. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Putri, F. Y. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung Di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 83-93.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(1), 7-12.

- Rahardja, P. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikroekonomi dan Makroekonomi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Ms Glow Skincare di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 284-294.
- Ratnaningrum, P. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal administrasi Bisnis* Vol. 37 No, 2.
- Rismadayanti, N. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Harga dan Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Hotel dan Penginapan di Area Wisata Telaga Ngebel Ponorogo* (Doctoral Dissertation, IAIN Ponorogo).
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734.
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156.
- Salea, C., Lopian, J. S., & Tielung, M. V. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Cepat Saji Kfc Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1293-1302.
- Saputra, J. H. (2010). *Mengungkap Perjalanan Sunan Kalijaga*. Pustaka Media.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, Leslie. 2007. *Consumer Behavior*.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Setiyoningsih, R. (2019). *Pengaruh Pariwisata Syariah dan Produk Kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Keseneng Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)*.
- Shodikin, R., & Rahmawan, G. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Brand dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Boze Vape Store Kartasura. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 46-54.

- Snyder, C. M., Nicholson, W., & Stewart, R. (2012). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions (11th ed.)*. South-Western: Cengage Learning.
- Sobari, N., Kurniati, A., & Usman, H. (2022). The Influence of Islamic Attributes and Religious Commitments Toward Halal Wellness Services Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 177-197.
- Spillane, J. J. (2005). Tourism in Developing Countries: Neocolonialism or Nation Builder. *Management and Labour Studies*, 30(1), 7-37.
- Susanti, N. K. D. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 144-163.
- Stepchenkova, S., & Eales, J. S. (2011). Destination Image as Quantified Media Messages: The Effect of News on Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, 50(2), 198-212.
- Sudaryono, E. A. (2015). Pengelolaan Keuangan dan Pembukuan untuk Pengusaha Kecil Usaha Karak Lele Di Sukoharjo. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 17(9).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sukirno, Sadono. (2011). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syafira, B., & Sukmawati, N. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8 (4), 33-54.
- Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17-26.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Ulya, K. (2023). *Analisis Manajemen Objek Wisata Bahari Halal terhadap Peningkatan Wisatawan (Studi Di Pantai Lampuuk Lhoknga Aceh Besar)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Ulysal, M., & Crompton, J. L. (1984). Determinants of Demand for International Tourist Flows to Turkey. *Tourism Management*, 5(4), 288-297.

- Utami, M. (2015). Pengaruh Aktivitas, Leverage, dan Pertumbuhan Perusahaan Dalam Memprediksi Financial Distress (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2012). *Jurnal Akuntansi*, 3(1).
- Widayati, C. C., Ali, H., Permana, D., & Nugroho, A. (2020). The Role of Destination Image on Visiting Decisions Through Word of Mouth in Urban Tourism in Yogyakarta. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3), 177-196
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Yoeti, O. A., & Tumanggor, S. (1999). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Gramedia Pustaka Utama.