

DAFTAR PUSTAKA

- Alserhan, B. A. (2010). On Islamic branding: Brands as good deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101–106. doi:10.1108/17590831011055842
- Andini, D. D., Adib Sultan, M., Sri Wulandari, N., & Nurfitriya, M. (2019). Islamic Branding and Social Media: Implications on Stay Decisions in Sharia Hotel (Survey on Guest Staying at Noor Hotel: Moeslim Boutique Hotel Bandung). *KnE Social Sciences*, 3(13), 645. doi:10.18502/kss.v3i13.4237
- Anggraini, L., Nurhalim, A., & Irfany, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Frekuensi Permintaan Konsumen terhadap Muslim Friendly Hotel di Kabupaten Belitang. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 79–93. doi:10.35912/bukhori.v1i2.1362
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). The Effect of Prices and Facilities on Guest Stay at the Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85. Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Astutik, S. P. (2024). Pengaruh Pendapatan, Harga, dan Gender terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 8(1), 245–256.
- Ayatina, H., Astuti, F. T. A., & Makfi, M. M. (2021). Tren Bisnis & Penerapan Prinsip Syariah Pada Industri Perhotelan Pariwisata Halal di Indonesia. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2, 506–518. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/thullab/article/view/18606>
- Azziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Al-Beta.
- Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka*. (2022). Retrieved from <https://disporapar.jatengprov.go.id/>
- Damanik, S. B. V. E., & Tambunan, S. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Pardede International Hotel Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 10(2), 59. doi:10.46930/global.v10i2.1811
- Fair, C. (2007). *Prinsip-prinsip Ekonomi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Heotro, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islam Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press.
- Hidayat, A. A., Yasin, M., & Jufri, A. (2021). Influence of Muslim-Friendly Facilities, Prices, and Locations On Decisions to Stay at Three and Four-Star Hotels In Mataram City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, (5), 416–424. Retrieved from www.ajhssr.com
- Janah, M., & Sufyati HS. (2022). Pengaruh Islamic Branding, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Wilayah Kota Bogor. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 14–23.
- Jantira, M. R. (2017). *Hotel Syariah Konsep dan Penerapan* (1st ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jateng Dianugerahi Penghargaan Wisata Halal Unggulan. (2019). Retrieved 7 June 2023, from https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=2528
- Jumlah Pemeluk Agama. (2022). Retrieved 16 January 2023, from <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/155/41/1/jumlah-pemeluk-agama.html>
- Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan. (2022). Retrieved 7 July 2023, from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan--perjalanan-.html>
- Lestari, S. Y., & Guritno, A. (2022). Faktor Keputusan Pelanggan dalam Pemilihan Hotel Syariah. *JIEF : Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 1–16. doi:10.28918/jief.v2i1.4394
- Mannan, M. A. (1995). *Islamic Economics. Theory and Practice*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Menparekraf: Potensi Wisata Halal Dorong Pengembangan Ekonomi Kreatif di Semarang. (2023). Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-potensi-wisata-halal-dorong-pengembangan-ekonomi-kreatif-di-semarang>

- Muhammad. (2008). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mujiono, F. V. S. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk terhadap Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Ilmiah*, 1, 1–15. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4991>
- Muslim Population by Country. (2021). Retrieved 13 January 2023, from <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Pelawi, E. K. B., & Rismawati, R. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Berkunjung pada Event Bazaar Jakarta Fest di Medan. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 54–59.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (1995). *Microeconomics*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc.
- Siddiqui, Z. A. J. K. (2012). Bases of Islamic Branding in Pakistan : Perceptions or Believes. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 3(9), 840–847.
- Soewarno, E., Hudiyani, A., & Fitriana Sugiarti, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Abadi di Pangkalan Bun. *Magenta*, 9(2), 93–100.
- Sudarman, A. (1999). *Teori Ekonomi Mikro* (Edisi Ketu). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra, D. R., & Hermana, C. (2022). The Influence of Facilities and Service Quality on the Decision to Stay at the Reddoorz Syariah Hotel Near Gor Panatayuda Karawang. *COSTING : Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 6, 802–809.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, dan

Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152.
doi:10.46367/iqtishaduna.v11i2.766

Wijanarko, S., & Gosal, M. E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Gardenia Cafe Shop di Sintesa Peninsula Hotel Manado. *Jurnal Hospitaliti*, 139–154.

Yusuf, F., & Octafian, R. (2024). At Grasia Syariah Hotel Impak Kualitas Layanan, Fasilitas, Promosi, dan Religiusitas Pada Keputusan, 5(2), 3853–3862.