

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. H. (2011). Kajian Pengembangan Potensin Wisata MICE Kota Solo Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Daerah . *Epigrum*, Vol.8, 78-84.
- Basalamah, A. (2011). Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air. *Binus Business Rewiew*, 763-769.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: Stain Salatiga Press.
- Boediono. (1989). *Ekonomi Mikro Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- BPS. (2015). *Data Sensus*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah: <https://jateng.bps.go.id/statictable/2016/08/19/1272/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-jawa-tengah-2015.html>
- BPS. (2017). *Kota Surakarta dalam Angka (Surakarta Municipality in Figures) 2017*. Surakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2018). Kota Surakarta.
- Daud, W. M. (1989). *The Concept of Knowledge in Islam and Its Implication for Education in a Developing Country*. USA: Mansell Publishing Limited.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. Dryden Press.
- Ghassan, H. B. (2015). Islamic Consumer Model, Fairness Behavior and Asymptotic Utility. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-39.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanti, N. (2019). Teori Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvensional. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 216-223.
- Henderson, J. (2010). Sharia-Compliant Hotel. *Tourism and Hospitality Research*, 246-254.
- Huda, N. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Ekonomi dan Keuangan*, 490-511.
- Idris, J., & Razali, A. R. (2012). a Study of Consumer Behaviour Towards Islamic Hotel: Assessing on Knowledge and Religiosity. *Proceeding of the 2nd International Conference on Economics & Banking 2016 (2nd ICEB)*, 274-284.
- Karim, A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Kartini, W. F. (2014). Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *EKBISI Vol.IX, No.1*, 83-94.
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Andita Syariah Surabaya . *Iqtishoduna*, 146-164.
- Kemenpar, K. P. (2017).

- Kotler, P. (2000). *Marketing Manajemen Analysis, Planning, Implementation, and Control Milenium Edition*. New Jersey: PrenticeHall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mahmud, L. (2002). *Makalah Manajemen Hotel Sofyan*. Jakarta.
- Mannan, M. (1993). *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf.
- Mariyanti, E. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah di Kota Padang. *Menara Ekonomi*, 9-17.
- Mastercard & CrescentRating. (2019, April 9). *Global Muslim Travel Index 2019*. Centropod, Singapore: Crescent. Retrieved from Crescent: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 79-87.
- Nasution, H. (1982). *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya Jilid 1*. Depok: Universitas Indonesia Press.
- Noor, A. M. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran 7(P) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 1031-1045.
- Prathama, R., & Manurung, M. (2000). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam (terjemahan)*. Jakarta: Gema Insani.
- Rahardi, N. (2016). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah. *Syarikah*, 180-192.
- Saad, H. E., & Mayouf, M. A.-A.-A. (2014). Sharia Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenge. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 1-15.
- Sabri, F. (2010). Perkembangan Hotel Syari'ah di Indonesia Mengonsep Pariwisata Islami. *Jurnal Perkembangan Hotel Syariah di Indonesia*, 18:2.
- Saeroji, A., Wijaya, D. A., & Wardani, I. W. (2018). A Study of Solo's Tourism Product Potential as Halal Tourism Destination in Indonesia. *Kawistara*, 213-309.

- Saleh, S. S. (2017). Willingness to Pay (WTP) dan Faktor Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Hotel Syariah. *Institut Pertanian Bogor (IPB)*.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Shaharuddin, N. A., Kassim, S., Yusof, A. M., Bakar, N. A., & Thalib, N. A. (2018). The Customer's Perception towards Shariah Compliant. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*, 109-130.
- Shakona, M. Y. (2014). The Influence Of Religiosity on the intention of united states muslim tourists to choose a shariah compliant hotel. *ProQuest*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi. Edisi 6*. Jakarta: Erlangga.
- Suryawati. (2003). *Teori Ekonomi Mikro Edisi 1*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Watani, Z. (2017, July). Pengaruh Aspek Kepatuhan Syariah Dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Intensi Wisatawan Muslim Berkunjung Kembali Ke Hotel Syariah.
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *EKBISI, Vol. VIII, No.1.*, 1-12.
- Yupita, A. J., & Wijaya, H. D. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Nilai yang Dipersepsikan Sebagai Variabel Perantara pada Hotel Syariah di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 166.
- Yusof, M., & Muhammad, M. (2013). Introducing Shariah Compliant Hotels as a New Tourism Product: The Case of Malaysia. *International Business Information Management Association*, 1142-1146.
- Yuswohady. (2014). *Marketing To The Middle Class Muslim : Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta (Indonesia): PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI.