

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2).
- Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 1(2).
- Aminah, S. N. (2020). *Pengaruh Fasilitas Muslim-Friendly Dan Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Generasi Y Ke Wisata Ramah-Muslim Di Thailand Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour*.
- Annur, C. M. (2023). Inilah 10 Daerah dengan UMR Tertinggi di Indonesia pada 2023. *Databoks.Com*.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “A Land Of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA*, 3(3), 67–75. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, 5(3), 157. [https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs\\_62\\_19](https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_62_19)
- Chin, C.-H., Law, F., Lo, M.-C., & Ramayah, T. (2018). The Impact of Accessibility Quality and Accommodation Quality on Tourists' Satisfaction and Revisit Intention to Rural Tourism Destination in Sarawak: The Moderating Role of Local Communities' Attitude. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 10(2).
- Chookaew, S., Oraphan Chanin, Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7). <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.277>
- CrescentRating. (2023). *What is Halal Tourism? | A Comprehensive Guide*. <https://www.crescentrating.com/magazine/all/4150/what-is-halal-tourism-a-comprehensive-guide.html>
- Dinas Pariwisata. (2022). *Statistik Kepariwisataaan 2022*.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (1st ed.). Yayasan Prima Agus Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.
- Fahham, A. M. (2017). *WISATA HALAL DI NUSA TENGGARA BARAT The Challenge of Developing Halal Tourism in Nusa Tenggara Barat*. 65–79.
- Firjatullah, G. R. (2021). *Pengaruh Muslim Friendly Amenities Selfie Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Generasi Z Muslim Pada Wisata Halal Di Kota Bandung*.
- GMTI. (2023). *M A S T E R C A R D*. June.

Irfan Fauzi Pramudya, 2024

**PENGARUH CITRA KOTA, FASILITAS RAMAH MUSLIM, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL BERWISATA HALAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

UPN “Veteran” Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Hanafiah, A., Firjatullah, G. R., Wibowo, M. W., & Handyastuti, I. (2022). *Empirical Investigation Of Muslim Gen-Z On Revisit Intention Towards Halal Tourism Of Bandung City*. 8(1), 52–67.
- Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung : Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(01), 64–76.
- Hariani, D., Rahmanita, M., & Ingkadijaya, R. (2017). The Influence of Availability of Muslim Friendly Facilities towards Indonesian Muslim Tourist Revisit Intention to Japan. *TRJ Tourism Research Journal*, 1(1), 133–143.
- Haryati, T., & Wahid, J. (2018). Pengaruh City Branding “Beautiful Malang”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 5(2), 123–132.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Humairah, D. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi , Electronic Word Of Mouth , Dan Muslim-Friendly Amenities Terhadap Minat Berkunjung Destinasi Wisata Halal Di Indonesia Pengaruh Citra Destinasi , Electronic Word Of Mouth , Dan Muslim-Friendly Amenities Terhadap*.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Hutagaluh, O., Abubakar, A., & Haddade, H. (2022). Pariwisata Halal Menurut Pandangan Al-Qur’an. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8(2), 168–178. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v8i2.1531>
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia : Potential and Prospects. *Econjournals.Com*, 7(3), 25–34.
- Jusak, U., Umar, N., Suharyono, & Adriani, K. (2018). *Measuring The Revisit Intention Using City Branding Concept*. 5(May), 219–228.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22). Pearson Education.
- Kristanti, L. T., & Farida, N. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi pada Pengunjung Museum Kereta Api Ambarawa ) Email : kristanti.lintang@gmail.com Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 117–126.
- Kuswoyo, C. (2017). *Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke*. 17(November), 41–52.
- Laing, H., Kuntariati, U., & Estikowati. (2022). Pengaruh Atraksi Dan Aksesibilitas

- Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Tane ' Olen Setulang Kabupaten Malinau Kalimantan Utara. *JURNAL TESLA*, 2(2), 1–6.
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2020). Konsep city branding sebuah pendekatan “the city brand hexagon” pada pembentukan identitas kota. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(2013), 315–323. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*.
- Maulidiyah, A., Afifudin, & Hariri. (2022). Pengaruh Religiositas, Citra Destinasi, Promosi, Dan Fasilitas Ramah Muslim Terhadap Kepuasan Berkunjung Destinasi Halal Di Malang. *Islamic Economics And Finance Journal*, 3(1).
- Mikhriani. (2021). *Pengembangan Pariwisata Halal Di Gunung Kidul Yogyakarta Dengan Pendekatan Revolusi Industri 4.0*. 1–19.
- Murdani Nur, E. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat. *AL-Muqayyad*, 3(2), 126–135. <https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). Statistika Seri Dasar dengan SPSS. In *Penerbit Media Sains Indonesia*.
- Napu, D. M., Nurhidayat, W., & Zahra, G. A. (2024). *Optimasi Aksesibilitas Desa Wisata Pakualam Kecamatan Darmaraja Sumedang Guna Meningkatkan Minat Kunjungan Wisata Edukasi*. 5, 63–75.
- Nasional, K., Dan, E., & Syariah, K. (2023). *CrescentRating, Bank Indonesia & Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia Muslim Travel Index ( Extract). October*.
- Nassar, M. A., Mostafa, M. M., & Reisinger, Y. (2015). Factors influencing travel to Islamic destinations : An empirical analysis of Kuwaiti nationals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2014-0088>
- Noviyanti, S. (2014). *Mengenal Wisatawan Millenial Lebih Jauh*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2014/08/28/081019027/Mengenal.Wisatawan.Millenial.Lebih.Jauh>
- Nurrokhim, Nengsih, T. A., & Ridho, M. T. (2023). Pengaruh Faktor Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(3), 250–264.
- Permana, D., & Humairah, D. (2015). *Recognizing The Halal Tourism Destination in Indonesia from the Lens of Destination Image , E-Wom and Muslim-Friendly Amenities*. 9(3), 615–624.
- PERMENPAREKRAF. (2016). [www.jdih.kemenparekraf.go.id](http://www.jdih.kemenparekraf.go.id). 1–64.

- Pradana, T., & Purba, A. S. (2023). *Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Gunung Dago, Bogor*. 6, 275–288.
- Praditia, R. J. H., Saufi, A., & Athar, handry sudiarta. (2022). Pengaruh Sport Event dan Ketersediaan Fasilitas Halal Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Muslim ke Kek Mandalika dengan Destination Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidik Indonesia*, 5(2), 155–171.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Priambudi, eko fajar. (2019). *Pengaruh City Branding Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Kebumen*. 4, 1–13.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*.
- Putra, P. P. A., Murdana, I. K., & Satiadji, A. R. (2021). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Heritage Di Kota Denpasar. *Tulip : T*, 4(2), 51–64.
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). *Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung ( Survei pada Wisatawan Kota Surabaya 2015 )*. 28(1), 1–7.
- Ramadhani, S. anggraini, Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3).
- Rasyid, R. I., & Dewi, C. K. (2019). *Factors Of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle And Service Quality Affecting Faktor-Faktor ( Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle Dan Service Quality ) Yang Mempengaruhi Halal Travel Intention Ke*. 5(1), 34–47.
- Raueta, R., Ramdansyah, A. D., & Nufus, H. (2023). *Banten Lama : Motivasi dan Citra Destinasi Dalam Kunjungan Ulang Generasi Y dan Z Pendahuluan*. 7(1), 27–40.
- Rini, E. M., & Imran, A. I. (2017). *Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (Studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta)*. 4(1), 939–946.
- Rohmad. (n.d.). *Pengantar Statistika*.
- Rohmania, D. N. (2022). Kata Kunci : pantai gemah, citra destinasi, motivasi wisatawan, e- wom negatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5).

- Rosyada, A. F. (2023). *Pengaruh Aksesibilitas, Komunikasi, Lingkungan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Generasi Milenial Berkunjung Ke Destinasi Wisata Halal Di Jawa Barat*.
- Roza, P. (2020). Digital Citizenship : Menyiapkan Generasi Milenial Menjadi Warga Negara Demokratis Di Abad Digital. *Jurnal Sosioteknologi*, 190–202.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan*. Xi.
- Saputro, A., & Sugiharto, D. S. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8.
- Savira, K., Suwena, I. K., & Sudana, I. P. (2021). *Analisis pola perjalanan dan aktivitas wisatawan indonesia milenial ke singapura*. 9(1), 1–10.
- Shan, G., Yee, C. L., & Ji, G. (2020). *Effects of attitude , subjective norm , perceived behavioral control , customer value and accessibility on intention to visit Haizhou Gulf in China*. 2(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Syariah, D., Mui, N., & Syariah, B. P. (n.d.). *No Title*. 19.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata* (A. Ari (ed.)). CV ANDI OFFSET.
- Utomo, P. Y., Syafitri, E. M., & Aziz, A. (2022). The Influence Of City Branding And City Image On Visiting Decisions And Their Impacts On Visit Interest Back To Madiun City. *Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 6(2), 9–19.
- Wicaksono, M. A. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadawahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers*. 4(2), 1–13.
- Zorn, B. R. L. (2017). *Coming in 2017 : A New Generation of Graduate Students — The Z Generation*. 2017.
- Zouiten, S. (2023). *Global Muslim Population Exceeds 2 Billion*. Morocco World News. <https://www.morocoworldnews.com/2023/04/354870/global-muslim-population-exceeds-2-billion>