

DAFTAR PUSTAKA

- 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. *Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 1(2), 66–77. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>
- Amalia, R., Yahya, A., Nurhalis, N., Idris, S., Mahdi, S., Putra, T. R. I., & Sartiyah, S. (2019). *Impact of Electronic Word of Mouth on Tourist Attitude and Intention to Visit Islamic Destinations*. 292(Agc), 700–705. <https://doi.org/10.2991/agc-18.2019.105>
- AMINAH, S. (2020). *Pengaruh Fasilitas Muslim-Friendly Dan Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Generasi Y Ke Wisata Ramah-Muslim Di Thailand Dengan*
<https://repository.mercubuana.ac.id/52269/%0Ahttps://repository.mercubuana.ac.id/52269/2/1.Cover.pdf>
- Annur, C. M. (2023). Inilah 10 Daerah dengan UMR Tertinggi di Indonesia pada 2023. *Databoks.Com*.
- Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, & Kholid Murtadlo. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>
- Auliya, Z. F., Auliya, Z. F., & Pertiwi, I. F. P. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Travel Motivation toward the Interest in Visiting Lombok, Gender as a Mediator. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.18326/infl3.v13i2.201-218>
- 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*.
- CrescentRating. (2024). Bridging journeys GMTI 2024. *Global Muslim Travel Index, May*.
- Damayanti, F. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GENERASI Z KE DESTINASI WISATA HALAL PROVINSI JAWA BARAT*.
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Diwanti, D. P., & Wijayanto, S. A. (2023). Analisis Literasi Wisata Halal Destinasi Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2099. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8716>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (1st ed.). Yayasan Prima Agus Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.
- Dwi Wulandari, R., & Indahsari, K. (2021). Strategi Pengembangan Halal di Indonesia. *SENRIABDI: Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 329–343. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI>
- Fadli Faturrahman. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 68–75. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3132>

- Fahham, A. M. (2017). *WISATA HALAL DI NUSA TENGGARA BARAT The Challenge of Developing Halal Tourism in Nusa Tenggara Barat*. 65–79.
- Faukman Santoso, Y. T. C. dan S. P. (2020). Dilema Kebijakan Di Lombok. *Jurnal Wisata Halal*, 15(1), 23–44.
- Faza, M. A. (2019). Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 10–29. www.wonderfullomboksumbawa.com,
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- 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*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Halwi, M. (2024). *Kunjungan Wisatawan ke NTB Tembus 1,5 Juta Hingga Mei 2024*. RRI.Co.Id. <https://www.rri.co.id/wisata/734375/kunjungan-wisatawan-ke-ntb-tembus-1-5-juta-hingga-mei-2024>

- 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.
- Hanafiah, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat*. 6(03), 347–364.
- 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. <https://doi.org/10.30647/trj.v1i1.13>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hennig-thurau, T., Eifler, V., Hennig-thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH VIA CONSUMER-OPINION PLATFORMS: WHAT MOTIVATES CONSUMERS TO ARTICULATE THEMSELVES ON THE INTERNET?* 18(1). <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- HS, S., Wiryanto, F. S., Resti, A. A., & Hadi, P. (2024). Analysis of Factors Influencing Literacy of Halal Tourism in West Java, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 285–308. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2672>
- 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.
- Juliana, Syiva, A. N., Rosida, R., Permana, E., Zulfikar, R. M., Muhammad, A., &

- Quadratof, I. (2024). Revisit Intention Muslim Tourists to Halal Tourism in Yogyakarta: Analysis of Facilities, Promotion, Electronic Word of Mouth, and Religiosity. *Review of Islamic Economics and Finance (RIEF)*, 7(1), 119–138.
- Kemenparekraf. (2021). *Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia*. Kemenparekraf.Go.Id. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>
- Kemenparekraf. (2022). *Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim-Friendly di Indonesia*. Kemenparekraf.Go.Id. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/persiapan-pengembangan-halal-tourism-dan-muslim-friendly-di-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall, 2012.
- Lisda, Sofyan, A. S., & Katman, M. N. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL, AKSEBILITAS DAN FASILITAS ISLAMI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE WISATA PULAU LAREA-REA KABUPATEN SINJAI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *ISLAMIKA Jurnal Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 6, 873–888.
- 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).
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Mononege, R. G., Lengkong, F. D. ., & Tampi, G. B. (2020). Perencanaan Pembangunan Objek Wisata Di Desa Kali Kecamatan Tombatu Kabupaten

- Minahasa Tenggara. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(1), 1–13.
- Muchlis, M., Christian, A., & Sari, M. P. (2019). Kuesioner Online Sebagai Media Feedback Terhadap Pelayanan Akademik pada STMIK Prabumulih. *Eksplora Informatika*, 8(2), 149–157. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v8i2.215>
- 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>
- 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>
- Nasution, M. S., Prayitno, B., & Rois, I. (2021). Pengembangan Wisata Halal Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Kota Mataram. *Istinbath*, 19(2), 332–352. <https://doi.org/10.20414/ijhi.v19i2.272>
- Nurlatifah, H., & Fadlullah, F. (2020). Pengaruh Antara Electronic Word of Mouth , Citra Objek Wisata , dan Wisata Halal terhadap Travel Intention melalui Attitude toward Destination. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 1–10.
- Octaviani, D., Niswan, E., & Mamase, A. R. Y. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubu Kalimantan Barat (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort). *Jurnal Equilibrium Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Permana, D., & Humairah, D. (2022). Recognizing The Halal Tourism Destination in Indonesia from the Lens of Destination Image, E-Wom and Muslim-Friendly Amenities. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 615–624. <https://doi.org/10.32628/ijrst229376>
- Praditia, R. J. H., Saufi, A., & Athar, H. S. (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.
<http://jurnal.intancendekia.org/index.php/JPIn/article/view/345>
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV WADE GROUP.
- Purwanto, N., & Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dengan Mediasi Theory Of Planned Behavior Pada Obyek Wisata Halal Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 176–191. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14835>
- Putra, Y. S. (2016). *THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI*. 1–17.
- Putri, F., Lusianingrum, W., Nur, W., & Pertiwi, B. (2023). *FAKTOR YANG MEMENGARUHI GENERASI Z UNTUK BERWISATA*.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29–40. <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i1.734>
- Putri, U. R. (2023). *PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN WISATA PANTAI LILITO*.
- Quran Kemenag*. (2019). Kemenag.
- Rahayu, P. P., Irsyadiyah, A. U. I., Fitriyatnur, Q., & Indiarti, P. T. (2021). JURNAL PENGABDIAN SOSIAL INDONESIA (Journal of Indonesian Social Service) PEMBERIAN EDUKASI KEPADA MASYARAKAT TENTANG GENERASI Z DAN KEUNIKANNYA 1) Puspita Puji Rahayu1, 2) Auliya Ulil Irsyadiyah2, 3) Qurnia Fitriyatnur3, 4) Priscilla Titis Indiarti4. *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesi*, 1, 43–53.
<https://dx.doi.org/10.23960/JPSI/v1i1.43-53>
- Rahmah, R. M. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(2), 2352–2359.
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.5710>

- Rahman, F. A. (2023). Analisis Perkembangan Wisata Halal Di Jawa Timur Sebagai Tempat Destinasi Muslim Global. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 3(1), 56–66. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.7256>
- Ramadhan, A., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 1–7.
- Ramanda, haeri et all. (2022). Pengaruh Atraksi Wisata Di Scientia Square Park Gadingserpong Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal WisataMuh*, X.
- 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.
- Riadhussyah, M. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Wisata Halal dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.33701/jmsda.v8i1.1164>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Rosyada, A. F. (2023). *PENGARUH AKSESIBILITAS, KOMUNIKASI, LINGKUNGAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI GENERASI MILENIAL BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA HALAL DI JAWA BARAT*.
- Saputra, A. (2021). *Potensi pengembangan wisata alam benang kelambu di Desa Aik Berik menjadi objek wisata halal*. [http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/1898%0Ahttp://etheses.uinmataram.ac.id/1898/1/Ardian Saputra 170503014.pdf](http://etheses.uinmataram.ac.id/id/eprint/1898%0Ahttp://etheses.uinmataram.ac.id/1898/1/Ardian%20Saputra%20170503014.pdf)

- Sholikha, A. (2023). PENGARUH TREND FASHION, HALAL LIFESTYLE, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI HIJAB GENERASI Z DI DKI JAKARTA. *Repository UPN Veteran Jakarta*, 9.
- Skift, R. J. (2024). *Ask Skift: What Are Gen Z's Travel Habits?* Skift.Com.
- Subarkah, A. R., Junita Budi Rachman, & Akim. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 84–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sumbawasatu. (2024). *Sumbawa Fokus Kembangkan Wisata Halal dan Desa Wisata*. Sumbawasatu.Com. <https://sumbawasatu.com/2024/03/20/sumbawa-fokus-kembangkan-wisata-halal-dan-desa-wisata/>
- Syariah, D., Mui, N., & Syariah, B. P. (2016). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.21/DSN-MUI/X/2001*. 19.
- TRIYOKO. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Klonsumen Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(157).
- Ulfy, M. A., Haque, A., Karim, M. W., Hossin, M. S., & Huda, M. N. (2021). Tourists Behavioral Intention to Visit Halal Tourism Destination: An Empirical Study on Muslim Tourists in Malaysia. *International Fellowship Journal of Interdisciplinary Research*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4459649>
- Wiryanto, F. S., Nurzaman, M. S., & Haidlir, B. M. (2019). *Analysis of Islamic Work Value Affect the Job Satisfaction and Organizational Commitment of Employees in Halal Tourism Places in Jakarta*. 305(Icebess 2018), 103–107. <https://doi.org/10.2991/icebess-18.2019.18>
- Wonok, P. G., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial,

Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2110.

Wulandari, E., Altin, D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pawon Steak Pangkalpinang. *CEBONG Journal ISSN*, 3(1), 1–13.

Yusuf, M. Y., Innayatillah, Isnaliana, & Maulana, H. (2021). The Determinants of Tourists' Intention to Visit Halal Tourism Destinations in Aceh Province. *Samarah*, 5(2), 892–912. <https://doi.org/10.22373/sjhc.v5i2.9270>