

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Brand Trust*. Penerbit Qiara Media.
- Ahmad, A., Jamaludin, A., Zuraimi, N. S. M., & Valeri, M. (2021). Visit intention and destination image in post-Covid-19 crisis recovery. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2392–2397. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1842342>
- Aliyanda, R., Mayasya, I., Fadila, R., Jaris, A., Fajri, R. L., & Siregar, P. A. (2024). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Lontong Pak Muslim. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(4), 76–87. <https://doi.org/10.61132/eksap.v1i4.559>
- Alvianna, S., Earlike Anwar Sani, F., . E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2020). The Impact of Visitor Satisfaction Mediation from the Relationship between Marketing Information Systems, Tourist Destinations and Service Quality towards Returning Interest in Malang Topeng Village Tourism Destinations. *East African Scholars Multidisciplinary Bulletin*, 3(12), 332–338. <https://doi.org/10.36349/easjmb.2020.v03i12.003>
- Arefieva, V., Egger, R., & Yu, J. (2021). A machine learning approach to cluster destination image on Instagram. *Tourism Management*, 85, 104318. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104318>
- Audi, G., & Noviyanti, I. (2025). Kepuasan Wisatawan Sebagai Indikator Kunci dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Bangka Belitung. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 3(3), 13–28. <https://doi.org/10.59841/glory.v3i3.2817>
- Bahar, A. M., Maizaldi, M., Putera, N., Widiesty, R., Chaniago, S., & Eliza, Y. (2020). The Effect of Tourism Facilities, Service Quality and Promotion of Tourist Satisfaction in South Pesisir District. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(1), 5. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.141>
- Biswas, C., Omar, H., & Radha, J. Z. R. (2020). The Impact of Tourist Attractions and Accessibility on Tourist Satisfaction: The Moderating Role of Tourist Age.

- GeoJournal of Tourism and Geosites*, 32(4), 1202–1208.
<https://doi.org/10.30892/gtg.32402-558>
- Daffa, K. V, & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 1.
- Damayanto, S., & Bukirom. (2025). *Metode Analisis Data PLS-SEM Dengan Smart PLS 4 untuk Model Kompleks*. Cahya Ghani Recovery.
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Echtner, C. M., Ritchie, J. R. B., & Ritchie, A. B. (1993). *The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment*.
- Fadelsyah, M. T. (2021). *Manajemen Pemasaran Syariah*.
- Ferdian, I., & Ali, D. S. F. (2021). Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram Soka Indonesia terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kaos Kaki Halal. *E-Proceeding of Management*, 5, 11.
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). *Pengaruh 4A Pariwisata Halal terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke DKI Jakarta* (Vol. 2).
- Fitri Auli Yanti, I., Febriani, F., Oktariza Bayulpa, D., Safitri, M., & Jamantya tarigan, D. (2024). Konsep Etika Bisnis Dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal Of Economis and Business*, 2(1), 21–33.
<http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>
- Ghozali, I. (2021). *artial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris, 3/E. (3 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A., Subur, Pusporini, & Handayani, T. (2025). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Implementasi* (S. Mulyono & Suwandi, Eds.). Ganesha Kreasi Semesta.

- Gustia, A. E., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.24872>
- Hamdan, I., & Surya Perdhana, M. (2022). Pengaruh Work From Home terhadap Work Life Balance dengan Work Management sebagai Variabel Intervening pada Laki-Laki yang Sudah Menikah dan Memiliki Anak. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- 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). www.beritasatu.com
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hermanto, T. A., Moelyati, T. A., & Fitantina, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *E-Journal Universitas Muhammadiyah Palembang*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32502/mti.v7i1.4124>
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). Etika Bisnis Islam dalam Tinjauan Al-Quran dan Hadits. *Moderation: Journal of Islamic Studies Review*, 2(1), 61–72. <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/index>
- Imansyah, I., Rafiuddin, R., Husniah, D., & Al-Fajar, M. R. (2025). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Base Camp Coffe Kota Bima. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(4). <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i4.7533>
- Joriko, B., Milala, S., & Fakhri, M. (2022). Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata puncak gundaling di Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

- Kemenko Perekonomian. (2025). *Mendongkrak Kinerja Sektor Pariwisata, Pemerintah Siapkan Berbagai Program Lintas Sektor*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management 16th Edition* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, A. F. D., & Putra, T. R. (2024). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Penginapan Syariah Ikhlas Beramal Bangkalan. *I-FINANCE: A Research Journal on Islamic Finance*, 10(02), 236–250.
- Lu, Q., & Atadil, H. A. (2021). Do you dare to travel to China? An examination of China's destination image amid the COVID-19. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100881. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100881>
- Malekzadeh, A., & Chung, E. (2020). A review of transit accessibility models: Challenges in developing transit accessibility models. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(10), 733–748. <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1625087>
- Muhamad. (2008). *Metodologi penelitian ekonomi Islam : pendekatan kuantitatif, dilengkapi dengan contoh-contoh aplikasi : proposal penelitian dan laporannya*. Rajawali Pers.
- Nabila, U. A., & Asari, M. H. K. A. (2020). Strategi Pemasaran Gula Rap-Rap Dan Perspektif Etika Bisnis Islam. *Ekomadania*, 3(2), 139–156.
- Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1b, 2259–2270. <https://doi.org/10.62710/km5nwh92>
- Natalia, C. Y., Karini, & Mahadewi. (2020). Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan ke Broken Beach dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA*, 8(1), 10–17.

- Novita, N. A., Rosilawati, W., & Nurhayati. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas Dan Ansilari Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Destinasi Wisata Bukit Cendana (Studi Pada Pengunjung Destinasi Bukit Cendana Pesawaran). In *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* (Vol. 5, Issue 1).
- Novryanda, H., & Shar, A. (2022). ANALISIS Citra Destinasi Pariwisata di Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2), 299–306.
- Nurina, N., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Pesona Kumejing. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 4(3), 61–73. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i3.7385>
- 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*, 01, 250–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v1i3.233>
- Permana, I. M., & Adam, F. (2024). Impact of Islamic attributes and destination image on tourist satisfaction and revisit intentions in halal tourism: A study in Banda Aceh. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 11(4), 118–127. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.04.014>
- Pitanatri, P. D. S. (2023). *Desa Wisata dan Wisatawan Nusantara* (E. Sugiarto, Ed.). Mata Kata Inspiraasi. <https://www.researchgate.net/publication/373686976>
- Priyatno, P. D., Handayani, T., & Yetti, F. (2022). *Buku Ajar Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (A. N. Rohim, Ed.). Deepublish.
- Rafiqi, R., Bafadhal, M. I., & Qadri, M. A. (2024). Etika Bisnis Islam. In A. Arfah (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. Widina Media Utama.
- Rahmawati, P. D., Wahyuningsih, T. H., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. In *Tri Harsini Wahyuningsih* (Vol. 5, Issue 1).
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

- Rohali, I., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2025). Pengaruh Promosi, Aksesibilitas, Fasilitas Dan Harga Pada Kepuasan Pengunjung Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 13. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2651>
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan*.
- Sakirin, Hendrajaya, & Wahyu Tri Astuti. (2023). The Influence Of Promotion And Quality Of Tourism Products On Tourist Satisfaction Mediated By Brand Image In Banyumulek Tourism Village, West Lombok District. *International Confere on Digital Advance Tourism, Management, and Technology*, 1(2), 58–67. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.20>
- Sari, R. M. (2023). Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Binjai Supermall. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 268–275.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Simbolon, S., Prana, R. R., & Mubarak, H. (2022). Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang. *Journal of Management and Economics Research*, 1(1), 35.
- Sitanggang, D. A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berperilaku Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis| Special Issue*, 61–77. <https://profit.ub.ac.id>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanty, S. (2020). Loyalitas Wisatawan Terhadap Citra Pulau Lombok sebagai Daerah Tujuan Wisata Halal . *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 61–68. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.46>

- Tarigan, E., Laksmi, G. W., Dewi, T. R., Rahmanita, M., & Oktadiana, H. (2024). Pengembangan Konsep Pariwisata Perkotaan di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(3), 284. <https://doi.org/10.30647/jip.v29i3.1788>
- Trilokantara, I. N., Bagiastra, K., & Indrapati. (2025). Pengaruh Fasilitas Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Taman Bunga Suranadi Desa Suranadi. *Journal of Responsible Tourism*, 5, 205–217.
- Trimurti, C. P., & Utama, I. G. B. R. (2020). *Model Pengembangan Destinasi Dalam Perspektif Motivasi Berwisata*. Deepublish.
- Trisnawati, E., Wahab, A., Habbe, H., Teknologi Sulawesi, U., Islam Negeri Alauddin Makassar, U., Talasalapang No, J., Somba Opu, K., & Gowa, K. (2021). Implementation of Trade Ethics With Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Traits at Waroeng Steak and Shake of Boulevard Makassar Branch. *Economos :Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 177–183.
- Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 641–650. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35891>
- Yang, W., Chen, Q., Huang, X., Xie, J., Xie, M., & Shi, J. (2022). Image and text presentation forms in destination marketing: An eye-tracking analysis and a laboratory experiment. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1024991>
- Yosandri, B. J., Eviana, N., Usaha, P., Wisata, P., Pariwisata, A., & Jakarta, I. (n.d.). *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan*. 7(1), 2022.
- Yustanto, G. D., Sadewa, A. V., Saputra, A. E., Putri, A. C., Claudia, S. C., Candra, A., & Nurrohim, A. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan. *Tijarah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, 1(2), 126–133. <https://doi.org/10.69768/ji.v1i2.11>

Zahrah, Z., Baining, M. E., & Anggraini, D. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Ekonomi Islam. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 235–249. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i1.1874>