

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Pebriyanti, K. (2016). Pengaruh Program Green Hotel Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di the Royale Krakatau Hotel Cilegon Banten. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 1023. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i1.2013>
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok, Raja Grafindo Persada.
- Albattat, A., Ahmad Pitra, J., Mahendran, N. A. P., & Azmi, A. (2018). The impact of service quality on Muslim customers in shariah compliant hotel. *Journal of Tourism, Hospitality and Management Environment*, 3(8), 1–14.
- Alserhan, B. A. (2010). On Islamic branding: Brands as good deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101–106. <https://doi.org/10.1108/17590831011055842>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 1–239.
- DSN MUI. (2016). *Fatwa DSN-MUI tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*.
- Fitrianty, R., Danurdara, A. B., & Safari, A. S. (2020). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH KOTA BANDUNG. 2(2), 124–129. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Haque, A., Chowdhury, N. A., Yasmin, F., & Tarofder, A. K. (2019). Muslim Consumers' Purchase Behavior Towards Shariah Compliant Hotels in Malaysia. *Vidyodaya Journal of Management*, 5(1), 121–138. <https://doi.org/10.31357/vjm.v5i1.3918>
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246–254. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.3>
- Hidayati, D. A. (2018). ANALISIS PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN NILAI RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM DALAM PEMILIHAN HOTEL. 3(2). [http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=](http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=)
- Huda, N., Zulihar, Z., & Rini, N. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(4), 490–511. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.4033>
- Idris, J., Putra, B. S., & Rizal, A. (2016). *a Study of Consumer Behaviour Towards Islamic Hotel : Assessing. May*.
- Ilham, M., & Firdaus. (2020). Analisis Hubungan Islamic Branding Dan Religiusitas

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu, Volume 03(1)*, 32–33. <http://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/perada/article/view/56>
- Jania, A. (2019). *Potensi Hotel Syariah di Indonesia*. <http://fossei.org/potensi-hotel-syariah-di-indonesia/>
- Jauharul Arifin, M. (2021). Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(01), 81–82. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- Karnita, I., & Rosdiana Aprilia, L. (2021). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Tamu Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 167–186. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i2.108>
- Kristianto, D. A., & Kiswanto, A. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(03), 15–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v13i03.29>
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17. <http://jurnal mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143>
- Mabrurroh. (2016). *ANALISIS KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH BERDASARKAN HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI PADA PELANGGAN HOTEL SYARIAH DI SURAKARTA*. 1–9.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka Grup. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PzZZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=buku+regresi+linier+berganda+pada+uji+asumsi+klasik&ots=Kwy-20yeng&sig=r3Fvk9spl2JcKP1uilNctOvQoj0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku+regresi+linier+berganda+pada+uji+asumsi+klasik&f=fa](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PzZZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=buku+regresi+linier+berganda+pada+uji+asumsi+klasik&ots=Kwy-20yeng&sig=r3Fvk9spl2JcKP1uilNctOvQoj0&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+regresi+linier+berganda+pada+uji+asumsi+klasik&f=fa)
- oke muslim. (2019). <https://muslim.okezone.com/read/2019/09/10/614/2102899/ironis-baru-ada-5-hotel-syariah-di-indonesia?page=1>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>

**Miftahul Janah, 2022**

**PENGARUH ISLAMIC BRANDING, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH WILAYAH KOTA BOGOR**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Rabbina, U. (2018). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Kasus Di Kota Malang) Jurnal Ilmiah*.
- Rahmah, N., Kara, M. H., Bakry, M., & Muin, R. (2021). Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Shariah Hotel (Study at Pesonna Hotel in Makassar, South Sulawesi). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(4), 224–232.
- Rosita, Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.
- Sa'adah, L. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LIYwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=buku+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+ekonomi&ots=5CjIcVYwr0&sig=2iHOgcXIbXR8h8E1m8nIc4L\\_Tk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+ekonomi&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LIYwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=buku+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+ekonomi&ots=5CjIcVYwr0&sig=2iHOgcXIbXR8h8E1m8nIc4L_Tk&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+ekonomi&f=false)
- Shnyrkova, A., & Predvoditeleva, M. (2019). The needs of Muslim hotel customers: evidence from Russian guests. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 133–160. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0172>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.)). [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=sugiyono+metodologi&ots=IcYutO-a1j&sig=Ku5Ckdh-5Uq0DWH\\_sGoCulFsAIQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=sugiyono+metodologi&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=sugiyono+metodologi&ots=IcYutO-a1j&sig=Ku5Ckdh-5Uq0DWH_sGoCulFsAIQ&redir_esc=y#v=onepage&q=sugiyono+metodologi&f=false)
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). Ekosistem Industri Halal. In A. A. Prihanto, M. I. Sukarna, & H. Harimurti (Eds.), *Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya*.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (Ed.)). [http://repository.uinsu.ac.id/553/1/METODOLOGI\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/553/1/METODOLOGI_PENELITIAN_KUANTITATIF.pdf)
- Yulfan Arif Nurohman. (2017). THEORITICAL REVIEW: TEORI MEREK HALAL Oleh: Yulfan Arif Nurohman Dosen Tetap IAIN Surakarta. *Among Makarti*, 10(20), 87–94.
- Yunitasari, D., Riswanda, I. C. T., & Istiyani, N. (2021). Determinan Preferensi Konsumen Memilih Hotel Syariah di Kabupaten Jember. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 290–302. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.310>

**Miftahul Janah, 2022**

**PENGARUH ISLAMIC BRANDING, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH WILAYAH KOTA BOGOR**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]