

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, I. (2016, January 21). *MUI NTB Terbitkan 170 sertifikat halal untuk hotel dan restoran*. Diambil kembali dari www.halhalal.com: <http://www.halhalal.com/mui-ntb-terbitkan-170-sertifikat-halal-untuk-hotel-dan-restoran/>
- Ahmad, M. (2015). Antecedents of Halal Brand Personality. *Journal of Islamic Marketing* 6(2), 209-223.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions : A Theory of Planned Behaviour. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds), *Action-control: From Cognition to Behavior* .
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 665-683.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior, (2nd edition)*. Berkshire, UK: Open University Press-Mc Graw Hill Education.
- Akhmad, S. (2015). Wisata berbasis Syariah.
- Akil, M. (2015). Branding dalam Sejarah Islam. *Islamic Marketing* 9(1), 21-43.
- Algifari. (2013). *Statistika Induktif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Armstrong, P. K., & Kotler, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Anshori, Y. (2010). *Strategi Promosi Pariwisata Daerah (Tourism Board)*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- As'ad, H. A., & Al-Hadid, A. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity :An Empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of integrative business and economics research* 3 (1), 315-326.
- Aziz, Y. A., & Vui Chok, N. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non Muslim in Malaysia : a structural equation modeling approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 1-23.
- Baker, A. (2010). Islamic Branding : A conceptualization. *Journal of Brand Management* 18 (1), 34-39.
- Baker, A. (2010). On Islamic Branding : Brands as Good Deeds. *Journal of Islamic Marketing Vol 1. No. 2*, 101-106.

- Bandura, A. (1977). *Self-efficacy : Toward a unifying theory of behavioral change*. Psychological Review 84 (2).
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2000). *Social Psychology*. USA: Allyn & Bacon.
- Bhaskoro, A. (2014). *Laporan Akhir tahun sumall : Instagram sebagai media sosial paling efektif dalam memacu bisnis*. Diambil kembali dari dailysocial.net.
- Buchory, H. A. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Chan, A., Purbasari, R., & Tresna, P. W. (2017). Sharia Marketing Analysis in Noor Hotel Bandung. *Parahyangan International 3rd Accounting & Business Conference 2017*, (hal. 1). Bandung.
- Chrisprastika. (2015, September 11). *Instagram User Behavior Survey Report*. Diambil kembali dari <http://blog.jakpat.net/instagram-user-behavior-2-survey-report/>
- Darajat, Z. (1991). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Demers, J. (2014, Agustus 11). *The Top 10 Benefits of Social Media Marketing*. Diambil kembali dari Forbes.com: <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-media-marketing/>
- Dister, N. S. (1992). *Pengalaman dan Motivasi Beragama*. Yogyakarta: Kansius.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1* , 175.
- Engel, J. F., Blackwell, R., & Miniad, P. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fatimah, N. H. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Nilai dan Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Syariah Grand Kalimas di Surabaya. *JEBIS Vol. 1, No. 2*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior : An introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Galih, P. (2015, Juni 22). *Wisatawan Enggan Menginap di Hotel Syariah*. Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://travel.tempo.co/read/677349/wisatawan-di-bandung-enggan-menginap-di-hotel-syariah>
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ghufron, M. N., & Risnawita S, R. (2014). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.

- GMTI. (2016). Global Muslim Travel Index.
- Hafidzudin. (2016). Dewan Pengawas Syariah Hotel Sofyan.
- Hamid, A. (2011). *Hukum Islam Perspektif Keindonesiaan*. Makassar: PT. Umitoha Ukhuwa Grafika.
- Hamka, M. (2002). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Pengawasan Kerja dengan Motivasi Berprestasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Fakultas Psikologi.
- Hardiwinoto., A. S. (2014). Analisis Potensi Investasi di Kota Semarang. *Journal Aset ISSN 1693-928X, Vol.13 No.2*, 123-138.
- Hasits, M. (2014, January 12). *MUI akan keluarkan sertifikasi hotel halal*. Diambil kembali dari www.merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/mui-akan-keluarkan-sertifikasi-hotel-halal.html>
- Hidayat, M. W. (2016, Oktober 24). *Media Sosial Favorit Pengguna Internet Indonesia*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <http://tekno.liputan6.com/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>
- Industri Pariwisata Indonesia*. (2016). Diambil kembali dari www.indonesia-investments.com/: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?>
- Ismail, Y., & Zain, E. (2008). Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Pelajar SLTA untuk memilih fakultas ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.5 No. 3*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jumani, & Shiddique. (2012). Bases of Islamic Branding in Pakistan : Perception or Believes. *On Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business. Vol.3 No.9*.
- Kartono, K. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kazmier, L. (2005). *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Kent, M. (2013). Using Social Media Dialogically : Public Relations Role in Reviving Democracy. *Public Relations Review 39*.
- Khumaedy, A. (2017, Januari). Diambil kembali dari <http://setkab.go.id/>: <http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/>
- Kinnear, T. C. (2003). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. (2007). *Marketing Research: an applied orientation, pearson education, inc.* . New Jersey: USA.
- Michener, H. A., Delamater, J., & Myers, D. (2004). *Social Psychology 5th*. United States: Thomson Learning, Inc.
- Micom. (2016, Agustus 25). *Indonesia Berpotensi Menjadi Wisata Halal Paling Unggul*. Diambil kembali dari Media Indonesia: <http://www.mediaindonesia.com/news/read/63536/indonesia-berpotensi-jadi-destinasi-wisata-halal-paling-unggul/2016-08-25>
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc Graw-Hill Companie, Inc.
- Munirah, L. &. (2012). Muslim Tourist Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.
- Najati, M. (2001). *Al-Quran wa Ulum An-Nafs*. Cairo: Dar Asy-Syuruq.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam 13(79)*, 79-87.
- Pikiran Rakyat*. (2017, september 14). Diambil kembali dari pikiranrakyat.com: <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/09/14/stunning-bandung-dorong-peningkatan-wisatawan-asing-ke-indonesia-409409>
- Prasetya, D. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur. Studi Kasus : Pantai Lombang. *Jurnal Politik Muda, Vol 3. No. 3*, 412-421.
- Rahman, M. A. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa. *ASSETS Vol. 6 No.1*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2016). *Teori Persepsi*. Diambil kembali dari www.kajianpustaka.com: <http://www.kajianpustaka.com/2012/10/teori-pengertian-proses-faktor-persepsi.html>
- Rosadi, D. (2017, April 5). *28 Hotel di Jabar Raih Penghargaan Traveloka Awards 2017*. Diambil kembali dari merdeka.com: <https://bandung.merdeka.com/lapak/28-hotel-di-jabar-raih-penghargaan-traveloka-hotel-awards-2017-170405k.html>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.

- Shaari, J., & Arifin, M. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention; A Preliminary Study . *International Review of Business Research Papers Vol 6. Number 4.*, 444-456.
- Soekadjo, R. (2000). *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah, Mengapa Tidak?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Syariah Finance News. (2017, Januari 12). Diambil kembali dari syariahfinance.com: <http://www.syariahfinance.com/sektor-riil/659-wisata-syariah-indonesia-semakin-berkelas.html>
- Tai, J., & Chew. (2012). *Brand Management*. Jakarta: Indeks.
- Toha, M. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Toha, M. (2004). *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: CV Rajawali.
- Thouless, R. H. (2000). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Trattner, C., & Kappe, F. (2015). Social Stream Marketing on Facebook : A case study . *Journal of Social and Humanistic Computing (IJSCH) 2 (1/2)*.
- (2009). *UU RI No. 10*.
- Valenza, J. K., L. Boyer, B., & Curtis, D. (2014). Social Media Curation. *Library Technology Reports ISSN 0024-2586*.
- Walgito, B. (2004).
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Waruyanti, W., & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyle and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision Via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management 7.8*, 74-80.
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.

- Widyarini. (2014). Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. IX, No.1 ISSN:1907-9109*.
- Yang, Z. &, & Peterson, Y. (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty : The Role of Switching Costs. *Psychology and Marketing vol 21*, 799-822.
- Yuswohady. (2014). *Marketing to the Middle Class Moeslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.