

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13(December 2018), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.007>
- Battour, M., Battor, MM, dan Ismail MN. 2012. The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 29(3): 279-297
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Siregar, R. M. A. (2022). Analisis Bibliometrik Pariwisata Halal Untuk Mengeksplorasi Determinan Daya Saing Destinasi Wisata. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 106–121. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5887>
- Chung. H. (2012). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well- Being, and Self-Health Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 38(2), 243–265
- Daly, F. P. (2019). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Kota Banda Aceh. *10(2)*, 5–10.
- Djawas, S. R. (2021). Inovasi Atribut Wisata Halal dan Dampaknya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas dengan Efek Religiusitas Wisatawan Muslim Sebagai Variabel Moderasi. e-Repository Sarjana FEB Universitas Gajayana Malang
- Fadiryana, N. A., & Chan, S. (2020). Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2), 1–23.
- Gelgel, I Putu. 2006. Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa (GATS – WTO). Bandung: PT Refika Aditama
- Ghozali, I. (2011). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM SPSS*. badan penerbit universitas diponegoro.
- Hariyanto, O. I. B. (2016). Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Cirebon. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 214–222.
- Huye, (2020) Atribut Budaya, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan dengan Model Multi Group Analysis: Analisis Kunjungan Wisatawan Pertama Kali dan Kunjungan Berulang. In MidYear National Conference and Call for Paper

- Kementerian Pariwisata RI. (2016). Dokumen Statistik Kunjungan Wisatawan
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- MajelisulamaIndonesia. (2011). Pedoman Penyelenggara pariwisata halal berdasarkan prinsip syariah. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 6–9. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Mastercard-CrescentRating. (2018). Global Muslim Travel Index 2018. *Mastercard-Crescentrating*, April, 1–60.
- Musnia, rahmad, S.H., & Edi Maszudi (2023), Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 6 No 2, Juni 2023
- No.21/DSN-MUI/X/. (2001). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.21/DSN-MUI/X/2001*. 19.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal. *Among Makarti*, 14(1), 1–14. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.200>
- Othman, Z, dan Jusoff, K. 2015. Travelling Patterns and Preferences of The Arab Tourists in Malaysian Hotels. *International Journal of Business and Management*. 4(7): 3–9
- Purnawan, R., Pitana, I. G., & Darma Putra, I. N. (2021). Cultural Landscape: Brand Knowledge Wisatawan tentang Bali dalam Online Travel Review Communication Platform. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 254–263. <https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1200>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta. *Metode Penelitian Bisnis*.
- Ulya, B. N., Sulhaini, S., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Perceived Value Muslimah Muda Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Halal Pulau Lombok. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(4a), 1–14. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4a.614>
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN.** (209 C.E.). 44(8), 77–100. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>