

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. dan Prof. Dr. H. Samuel. 2014. Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2 (01):1-10
- Alawneh, S. F. (1998). Human Motivation: An Islamic Perspective. *American Journal Of Islamic Social Sciences*, 15(4), 19-39.
- Alex S. Nitisemito.(2017). *Manajemen Personalia Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Alias Masek&Sulaiman Yamin. (2011). The Effect of Problem Based Learningon Critical Thingking Ability:A Theoretical and Empirical Review. *Journal of International Review of Social Sciences and Humanities*, Vol.2 (1).
- Amrin, Abdullah. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta : Pt.Grasindo
- Ardy, Kurniawan Wisnu.(2014).*Peningkatan Minat Dan Hasil Belajar Mata Pelajaran Ipa Melalui Penerapan Strategi Pembelajaran Lightning The Learning Climate Bagi Siswa Kelas V Sd 01 Tawangmangu Tahun 2013/2014*.SKRIPSI. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Astini, R. Dan I. Sulistiyowati. 2015. Pengaruh *Destination Image*, Travel Motivation, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 1 (3):11
- Asya Hanif, A. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). *Vol. 38 No. 1*.
- Campbell, J.P (1989), *Teori Efektivitas , Dalam Richard M:Efektivitas Organisasi*. Bandung: Erlangga.
- Elmia Nafisah.2016.Pengaruh *Destination Image, Perceived Value, NoveltySeeking*, Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan DampaknyaTerhadap Minat Kunjungan Ulang Malioboro. Skripsi. ManajemenKonsentrasi PemasaranJurusan ManajemenFakultas EkonomiUniversitas Negeri Jakarta.Jakarta
- Engel, James, F., Blacwell, R.D., And Miniard, P.W. (1994) “*Perilaku Konsumen*”. Diterjemahkan Oleh Budiyanto, F.X. Binarupa Aksara. Jakarta
- Fauziah, Utin. Hairida. Dan Melati, H.A. (2013). “*Peningkatan Efektifitas Dan Hasil Belajar Siswa Melalui Strategi True Or False Berbantuan Media Flash*.” Diakses Ada Tanggal 25 April 2020.Kertajaya.

- Field, Andy. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London. SagePublication Ltd.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. UNDIP.
- Hermawan Dan Syakir Sula, Muhammad.(2006).*Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Ilda Amalia, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung. *Management Analysis Journal* , 258.
- James, S. J.1982. *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta.Kanusius
- Kanzu, H. A. dan H. Soesanto. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. 13: 14-27
- Kennedy, John E. 2009. *Manajemen Event*. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Kotler dan Philip, 2000, *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lasaroeddin, Jessica. 2018 "Pengaruh *Destination Image* Dan Faktor Lainnya Terhadap Kepuasan Pengunjung Untuk Mengunjungi Bali Kembali.
- Machin, D., Y. B. Cheung, and M. Parmar. 2006. *Survival Analysis: A Practical Approach. Second Edition*. London: Jhon Wiley and Sons, Ltd.
- Malhotra, Naresh K.(2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1).New
- Mayer, R. E. 2009. *Multimedia Learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Muhammad In'amul Chulaifi, Endang Setyowati.(2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya". *Jurnal Of Management*. Vol.3, No.1, Hal.40-54.
- Mutia Alfatika. 2017. Pengaruh *Perceived Value*, *PerceivedQuality* Dan *Perceived Sacrifice* Terhadap *Customer Satisfaction*(Studi Pada Ace Hardware Yogyakarta).Skripsi. ManajemenFakultas EkonomiUniversitas Muhammadiyah Purworejo.

- Puspita, M. I. D. dan Sunarti. 2018. Analisis Pengembangan Pulau Santen Dengan Konsep Wisata Syariah (Studi Pada Pulau Santen/Pantai Syariah Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*. 55(10).
- Putra, M. Y. A. dan K. Rahyuda. 2018. Peran *Perceived Value* Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7 (8): 2793-2822.
- Putri, A. A. 2017. Peran *Islamic Value Marketing* Dalam *Viral marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Reni Yliviona. (2019). Pengaruh Islamic Attributes Dan Quality Service Terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Di Kota Padang. *Journal Of Islamic Economics, Finance And Banking*. Vol. 3 No. 1.
- Saputro, M. S. D., Y. Wardi dan A. Abror. 2018. The Effect of Halal tourism on Customer Satisfaction. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 57.
- Siregar, Sofyan. (2018). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Siti Chotimah, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park I Batu. *EKOBIS – Ekonomi Bisnis Vol. 24 No. , 1*.
- Sugiono, P. D. 2011. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uma, Sekaran. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4*. Jakarta. Salemba Empat.