

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi cet.2*. Bandung: Alfabeta.
- Agnia Eva Munthafa, H. M. (2017). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. *Jurnal Siliwangi*.
- Asdin Juniardi, S. H. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City. *HJABE*.
- Djunaid, I. S. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor. *Jurnal Fame*.
- Endar Sugiarto, S. S. (1996). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- H, A. P. (2016). *Asas dan Pelayanan Guest House Syari'ah di Hasanah Guest House Syari'ah Malang Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Perdata*. Malang: Skripsi Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim .
- Hamzah, A. (2 Juli 2020). *Wawancara dengan Pemilik Sekaligus Pengelola Penginapan Wisma Syariah Vandera Kabupaten Garut*. Garut.
- Hamzah, A., Adiatma, D., Luqman, H. L., Prasetyo, B., & Puspitasari, T. (2020, Juni-Juli 29-02). (G. Handayani, Pewawancara)

Hassan, A. (1999). *Tarjamah Bulughul-Maram Ibnu Hajar Al-'Asqalani Terjemah Beserta Keterangannya dengan Muqaddimah Ilmu Hadits dan Ushul Fiqih 1596 Hadits Bab Air sampai Dzikir dan Do'a cet. XXVIII*. Bandung: Diponegoro.

Hermawan Kartajaya, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.

Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.

Hestanto. (t.thn.). [www.hestanto.web.id/pemasaran-syariah/](http://www.hestanto.web.id/pemasaran-syariah/). Dipetik April 21, 2020, dari [www.hestanto.web.id](http://www.hestanto.web.id): <https://www.hestanto.web.id/pemasaran-syariah/>

Ida Farida, A. T. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Gojek Online. *JRMB*.

Indonesia, D. S.-M. (2016, Oktober 01). [dsnemui.or.id](http://dsnemui.or.id). Dipetik April 17, 2020, dari [dsnemui.or.id](http://dsnemui.or.id): [dsnemui.or.id](http://dsnemui.or.id)

Indonesia, D. S.-M. (2016, Oktober 01). <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah>.

Dipetik April 21, 2020, dari [tafsirq.com](https://tafsirq.com): <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah>

Indriaty, L. (2016). Pelayanan Jasa atas Dimensi Empat Kepuasan Konsumen. *JPSB*.

Inka Janita Sembiring, S. A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas

Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang).  
*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

Ismoyo, G. B. (t.thn.). *Analisa dan Perancangan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode AHP (Analytic Hierarchy Process) dalam Penetapan Siswa Unggulan pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kabupaten Tebo Berbasis Web*.

Iswhahyudi, C. (2014). *Sistem Pendukung Keputusan*. Bali: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer (STMIK) STIKOM Bal.

Izza, M. (2018). "Penerapan Manajemen Hotel Syariah dengan Pendekatan Maqasid as-Syariah". *Al-Tijarah*.

[kperkasa.com/perkembangan-bisnis-hotel-syariah-di-indonesia/](http://kperkasa.com/perkembangan-bisnis-hotel-syariah-di-indonesia/). (2014, Mei Jum'at). Dipetik Mei Jum'at, 2014, dari kperkasa.com: <http://kperkasa.com/perkembangan-bisnis-hotel-syariah-di-indonesia/>

Krisdayanto, I. (t.thn.). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan*. Semarang: Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.

Kusumassita. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.

[m.traveloka.com](http://m.traveloka.com). (t.thn.). Diambil kembali dari [m.traveloka.com](http://m.traveloka.com): [m.traveloka.com](http://m.traveloka.com)

N. Rahardi, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah.

- Noviana, B. I. (t.thn.). *Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya*. Surabaya: Artikel Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Oematan, F. (2017). Analisis Bauran Pemasaran di Hotel Sasando Kupang. *AGORA*.
- Philip Kotler, (. (2005). *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia Edisi Ketiga terj. Ahmad Lukman Jld.2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Philip Kotler, G. A. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 ter. Bob Sabran M.M. Jld.1*. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, E. K. (2017). Analisis Manajemen Hotel Adilla Syariah Yogyakarta (Tinjauan Fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016). *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN - JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rendy Gulla, S. G. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal EMBA*.
- Rezki Teguh Sulistiyana, D. H. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- RI, K. A. (t.thn.). *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Shahih Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Riadi, M. (2013, April 02). [www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html](http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html). Dipetik April 22, 2020, dari [www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com):  
<https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>
- Rina Aggriana, N. Q., Aggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga Promosi , Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online Om-Jek Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Rosmalia. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kartu Indosat Ooredoo (Survei pada Pelanggan Kartu Indosat Ooredoo pada Kota Bandung)*. Bandung: Draft Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama cet.3*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sirna, I. K., & Ruspindi Junaedi, I. W. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Jasa Perhotelan pada Beberapa Hotel Bintang Lima Kuta – Badung. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura*.

Sofyan, R. (2013). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak*. Bandung: Gramedia Pustaka Utama.

Supriatna, S., & Aminah, M. (Agustus 2014). “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffe Rancabali-Ciwidey Bandung)”. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.

Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra Dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*.

Tri Wahyudi, Y. E. (Oktober, 2012). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor. *Jurnal ELKHA*.

Veithzal Rivai Zainal, (. (2018). *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw cet.2*. Jakarta: Bumi Aksara.

Veva, D. G. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Resty Menara Pekanbaru. *JOM FISIP*.

[www.academia.edu/16051882/Konsep\\_dan\\_Definisi\\_Pemasaran\\_dan\\_Marketing\\_Syariah](http://www.academia.edu/16051882/Konsep_dan_Definisi_Pemasaran_dan_Marketing_Syariah). (t.thn.). Dipetik April 22, 2020, dari [www.academia.edu](http://www.academia.edu): [https://www.academia.edu/16051882/Konsep\\_dan\\_Definisi\\_Pemasaran\\_dan\\_Marketing\\_Syariah](https://www.academia.edu/16051882/Konsep_dan_Definisi_Pemasaran_dan_Marketing_Syariah)

[www.booking.com](http://www.booking.com). (2020, Maret 1). Diambil kembali dari [www.booking.com](http://www.booking.com): [www.booking.com](http://www.booking.com)

Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*.

Yuswohadi, D. M. (2014). *Marketing to The Middle Class Muslim Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

