

DAFTAR PUSTAKA

- Dipetik Maret 23, 2020, dari tiket.com: <https://www.tiket.com/>
- Akila. (2017). Pengaruh Insentif dan Pengawasan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. Vassel Palembang. *Jurnal Ecoment Global Vol. 2 No. 2*, 40.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggoro, M. L. (2000). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Angrida. (2014). Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economics Factors Against Stock Return. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. V No. 2*, 23.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basalamah, A. (2011). HAdirnya Kemasan Syari'ah Dalam Bisnis Perhotelan Di Tanah Air. *Binus Business Review Vol. 2 No. 2*, 266.
- Bawazir, T. (2013). *PAnduan Praktis Wisata Syari'ah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf. *Journal of Economics, Business and Management Vol. III No. 7*, 277.
- Christria, J., & Anggraeni, D. (2016). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Citra Merek: Studi Pada Restoran Joe's Grill Swiss-Belhotel. *Jurnal of Strategic Communication Vol. 7 No. 1*, 21.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Evita, & Setyanto, Y. (2018). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT Bach Multi Global. *Prologia Vol. 2 No. 2*, 317.
- Filindawati, A., & Andjarwati, T. (2019). Pengaruh Keselamatan, Kesehatan Kera, Lingkungan Kerja, Semangat Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Maspion 1 Pada Divisi Maxim Departemen Spray Coating Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17) Vol. 4 No. 2*, 89.
- Gaffar, V. (2007). *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relations)*. Bandung: Alfabeta.
- Hamdan. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Komunikasi Di Kota Makassar*. Makassar: Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Alauddin.
- Haslinda, & Jamaluddin. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai

- Variabel Moderating Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Akuntansi Peradaban Vol. II No. 1*, 8.
- Hassan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama. *Agora Vol. 5 No.1*, 3.
- Imam, G. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Prgram IMBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (t.thn.). Diambil kembali dari kbbi: <https://kbbi.web.id/>
- Kasali, R. (2003). *Public Relations*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kautzarea, A. (2017). Pembuatan Peta Zona Nilai Ekonomi Kawasan Pantai Parangtritis Berdasarkan Willingness To Pay Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip Vol. 6 No. 4*, 132.
- Kotler, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Maryam. (2017). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bangkalis. *Jurnal Jom Fisip Vol. 4 No. 2*, 4.
- Masitoh, S. (2018, November 19). *Pengaruh penerapan prinsip-prinsip syari'ah dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Hotel Noor Kota Bandung*. Diambil kembali dari digilib.uinsgd: <http://digilib.uinsgd.ac.id/16722/>
- Mis, S. (2017, Agustus 28). *Pariwisata Syari'ah dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/>
- MUI, D. (2016, Oktober). *Fatwa DSN MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syari'ah*. Diambil kembali dari dsnmui: <https://dsnmui.or.id/>
- Mulyana, I., & Suwandi, D. (2007, Juli). *Marketing Public Relations*. Diambil kembali dari ww1.uni: <http://ww1.uni.cc/>
- Nailiah, R. (2010). *Analisis Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Konsumen Restoran Papa Ron's Pizza Bogor*. Bogor: Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Nurrahman, M. A. (2015). Strategi Marketing Public Relations The Sun Hotel Sidoarjo Pada Publik Konsumen. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi Vol. 4 No. 2*, 289.

- Nuryadin, N. A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Freshoes Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Representamen Vol. 3 No. 2*, 6.
- Pariwisata, K. (2017, April 14). *Pariwisata Kini Menjadi Andalan Pendulang Devisa Negara*. Diambil kembali dari kemenpar: <http://www.kemenpar.go.id/>
- Perawani, S., & Yayuk. (1992). *Teori dan Petunjuk Praktek Housekipping untuk Akademi Perhotelan Make Up Room*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pratiwi, A. E. (2016). Analisis Pasar Wisata Syari'ah DI Kota Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata Vol. 14 No.1*, 349.
- Primadita, R., & Isorah. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering. *Jurnal Nominal Vol. VII No. 1*, 148.
- Puspitawati, H. (2018). Realibilitas dan Validitas Indikator Ketahanan Keluarga di Indonesia. *Jurnal Kependidikan Indonesia Vol. 13 No. 1*, 8.
- Putri, E. L. (2018). *Strategi Marketing Public Relations E- Commerce Zen Room Syari'ah Dalam Menarik Minat Konsumen*. Jakarta: Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rahman, A. (1991). *Inilah Syari'ah Islam*. Jakarta: Pustaka Panji Mas.
- Rasyid, A. (2015, Oktober). *Pariwisata Syari'ah*. Diambil kembali dari business-law binus: <https://business-law.binus.ac.id/>
- Rehulina. (2015). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Adinistrasi Bisnis (JAB) Vol. 24 No. 1*, 5.
- RI, D. A. (2009). *Al- Qur'anulkarim*. Bandung: Syamil Al- Qur'an.
- Riduwan. (2006). *Belajar Mudah Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Muda*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Risna. (2019). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pada Tingkat Hunian Hotel Berbasis Syari'ah di Makassar (Studi Kasus Hotel Al- Badar Syari'ah). *Laa Maisyir Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 No. 1*, 57.
- Ruslan, R. (2002). *Public Relation*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relation & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saleh, G., & Sulastri, F. (2017). Aktivitas Marketing Public Relations (MPR) Dalam Meningkatkan Pelanggan. *Jurnal Communiverse Vol. 3 No. 1*, 32.
- Santosa, I. R. (2019). Konsep Marketing Berbasis Maqosid Al- Syari'i Imam Al- Ghazali. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 5 No. 3*, 163-164.

- Santoso, S. (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, N. (2017, November 2). *Seperti Apa Gambaran Hotel Syari'ah dalam Konsep "Halal Tourism"?* Diambil kembali dari megapolitan.kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/11/02/16250131/seperti-apa-gambaran-hotel-syari'ah-dalam-konsep-halal-tourism>
- Sekaran, U. (1992). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. (2008). *Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, S. (2015). *Statistika Terapan untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Soemanagara, R. (2012). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategi dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syari'ah Mengapa Tidak?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syari'ah*. Jakarta: Republika.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syari'ah*. Jakarta: Republika.
- Sudarmanto. (2005). *Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko, Stevanus, & Yuliawati. (2007). *Metode Penelitian untuk Akuntansi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supardi. (2013). *Statistika dalam Penelitian: Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication.
- Swasta, & Irwan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Syahru, H. (2012). Marketing dalam Perseptif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Diktum Vol. 10 No. 2*, 187-188.
- Syilfi. (2012). Analisis Regresi Linier Piecewise Dua Segmen. *Jurnal Gaussian Vol. 1 No. 1*, 220.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan . (2009, Januari 16). Diambil kembali dari kemenpar: <http://www.kemenpar.go.id/>
- Widayawati. (2016). Strategi Marketing Public Relations Swiss Bell Hotel Borneo Samarinda Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan . *E- Journal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 3*.
- Widjajanta, B., & Siswanti, A. (2008). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata. *Jurnal Strategic Vol. 7 No. 13*.
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syari'ah di Yogyakarta. *Eksibisi Vol. VIII No. 1, 3*.
- Wijayanti, T. (2012). *Managing Marketing Plan (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Exelmedia.
- Wiwitan, T., & Yulianita, N. (2017). Strategi Marketing Public Relations Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA. *Mediator Vol. 10 No. 1, 3*.
- Wiwitan, T., & Yulianita, N. (2018). Konstruksi Makna Marketing Public Relations bagi Humas Perguruan Tinggi Swasta Islam. *Jurnal The Messenger Vol. 10 No. 2*, 139-141.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Kependidikan Vol. 7 No. 1*, 19.
- Zaelani, F. (2019, Agustus 9). *Strategi Komunikasi Divisi Human Resource Development (HRD) Narapati Indah Syari'ah Hotel Dan Convention Bandung Dalam Mempertahankan Citra Sebagai Hotel Syari'ah*". Diambil kembali dari elib.unikom: <https://elib.unikom.ac.id/>