

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, F. (2021). *Pariwisata Halal Dan Peningkatan Kesejahteraan. Literasi Nusantara.*
- Adinugraha, Hendri Hermawan, dkk, (2018), "Desa wisata halal: konsep dan implementasinya di Indonesia. *Jurnal Human Falah, 5(1)*
- Andreas, A., & Tunjungsari, H. K. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 1(1).*
- Andreas, A., & Tunjungsari, H. K. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 1(1)*
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal Ekobistek, 6(2)*
- Digdowniseiso, K. (2017). Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis
- Exciting Banten. "Company Profil Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound 8 Destinasi Wisata Dunia", Melalui link

[https://drive.google.com/file/d/12HTNXKD9jHIO406Rc62aMTpj\\_nAy0eIQI/view](https://drive.google.com/file/d/12HTNXKD9jHIO406Rc62aMTpj_nAy0eIQI/view)

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)

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)

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish

Finaka W Andrian Dkk. 2019 “Indonesia Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019” Melalui Link <https://Indonesiabaik.Id/Infografis/Indonesia-Raih-Peringkat-Pertama-Wisata-Halal-Dunia-2019>

Fitriana, W. D. (2018). Digitalisasi Kuliner Dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi “Jombang Halal Tourism”. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 5(2), 108-116.

- Gantara, G., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. Brawijaya University
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1).
- Husna, N., & Novita, D. (2020). Peran Aesthetic Experiential Qualities Dan *Perceived Value* Untuk Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Wisata Bahari Di Provinsi Lampung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136-141
- Husna, N., & Novita, D. (2020). Peran Aesthetic Experiential Qualities Dan *Perceived Value* Untuk Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Wisata Bahari Di Provinsi Lampung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136-141

- Kotler, P. (2003). *The Art Of Building Customer Value*. In *Alih Bahasa Oleh Sukmawati P. Seni Seri Seminar Philip Kotler, Seni Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: YPM-LPMB
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(1)
- Laksana, Satya. 2019. "Wisata Halal Bagian-2: Peluang Indonesia Dan Tantangan Pandemi", Melalui Link <https://Birokratmenulis.Org/Wisata-Halal-Bagian-2-Peluang-Indonesia-Dan-Tantangan-Pandemi/>
- Lubis, N. H., Saringendyanti, E., Awaludin, N., Miftahul, F., & Syahputra, R. (2006). *Sejarah Kabupaten Lebak*. Bandung: Pemda Kab. Lebak Dan Puslit Kemasyarakatan Dan Kebudayaan, Lemlit Universitas Padjadjaran.
- Ma'rifah, A. N., Nasor, M., & Anggraeni, E. 2020. Halal Tourism In Indonesia (Case Study Of Domestic Tourists). *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 11, No. 1

- Mardalis, A. (2006). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 111-119
- Marzatilla. 2021. *Peran Wisata Syariah Taman Bunga Celocia Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus: Desa Alue Pit Kecamatan Panga Kabupaten Aceh Jaya)*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64
- Nasuka, M. (2017). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti. *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 15(2), 191-205
- Muhammad Hasan Gaido, di wawancarain oleh Khamdi Mubarak, April 2024, Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound
- Nawarini, A. T. (2019). Pengaruh *Perceived Value* Dan Kepuasan Pada Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Di Kota Purwokerto Dengan Variabel Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(1)

Perdana, Echi. 2016. *“Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22”*. Bangka

Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB

Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi

Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota

Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78-90.

Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The Effect Of Electronic Word

Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention: An Empirical

Study In The Automobile Industry In Iran. *Marketing Intelligence*

*& Planning*, 30(4), 460-476

Saban, Echdar. 2017. *“Metodologi Penelitian Dan Bisnis”*. Bogor:

Ghalia Indonesia

Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh *Perceived Value*,

Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas

Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Fair Value: Jurnal Ilmiah*

*Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698-711

Sebastian, A., & Pramono, R. (2021). Pengaruh *Perceived Value*,

Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas

Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta. *Fair Value: Jurnal Ilmiah*

*Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 698-711

- Sholikhah, W. A. (2018). *Pengaruh Orientasi Religiusitas Terhadap Intensi Membeli Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang* (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing
- Skousen, M. 2005. *Teori-Teori Ekonomi Modern*. Jakarta : Prenada Media
- Sudiyono, A. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-13
- Suhada. 2003. *Masyarakat Baduy Dalam Rentang Sejarah*. Banten: Dinas Pendidikan Provinsi Banten
- Suid, I. S., Nor, N. A. M., & Omar, H. (2017). A Review On Islamic Tourism And The Practical Of Islamic Attributes Of Destination In Tourism Business. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 7(12), 255-269.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: PT. *Pustaka Baru*

- Supaijo, S., & Fermansyah, D. (2019). The Perception Of Muslim Millennial Traveler's Towards Halal Tourism. *Journal Of Islamic Business And Economic Review*, 2(1), 43-51.
- Syahrizal, M. (2021). Wisata Halal Di Banten: Perkembangan, Peluang Dan Tantangan Halal Tourism In Banten: Development, Opportunity And Challenge. *Dynamic Management Journal*, 5(2), 43-57
- Syarifuddin, S., & Saudi, I. A. (2022). Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Cet. 4. Yogyakarta: Andi
- Triatmo, A. W. (2018). Epistemologi Ilmu Pariwisata Syariah Di Indonesia (Kajian Fenomenologi).
- Umar, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (Jmtranslog)*, 1(2), 127-138
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta



Wang, B., Yang, Z., Han, F., & Shi, H. (2016). Road Trip In China: The Mediation Effect Of *Perceived Value* And Tourist Satisfaction On The Relationship Between Destination Image And Loyalty. *Preprints (Www. Preprints. Org)*, Doi, 10