

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Abdullah Bin Muhammad dan Abdurrahman Bin Ishaq Al Syekh. 2005. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta, Pustaka Imam As-Syafi'i.
- Aaker, David. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi Edisi ke 8*. Salemba Empat, Jakarta.
- Adriansyah, Muhammad, & Aryanto, Rudy, 2012. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies.
- Albarq, Abbas N. (2014). *Measuring The Impact Of Online Word Of Mouth OnTourists Attitude And Intention To Visit Jordan: An Emperical Study*. International Business Research; Vol. 7, No. 1, 2014.
- Ahmad Hanafi. 2015. *Asas-Asas Hukum Pidana Islam*. Bulan Bintang.
- Anholt, S. 2014. *Anholt Nation Brands Index: How does the world see America?.* Journal Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 16 No. 1 November 2014. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id) 6 of Advertising Research, September, pp 296-304.
- Arifin, Johar. 2015. *Wawasan Al-Qur'an dan Sunnah Tentang Pariwisata*. Jurnal Vol 4 No 2.
- Artuğer, S., et al. 2013. *The effect of destination image on destination loyalty: application in Alanya*. European Journal of Business and Management, 5 (13) : 124-136.
- Basu Swastha. 2011. *Materi Pokok Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Pertama. Jakarta: Universitas Terbuka
- Cheung, C.M.K, M.K.O. Lee and D.R. Thadani. 2009. *The Impact of Positive Electronic Word of Mouth on Consumer Online Purchasing Decision*. Springer-Verlag Berlin Eidelberg.
- Chiu, et al. 2016. *The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea*. International Journal of Culture. Tourism and Hospitality Research.10 (2) : 223-234.
- Clow, Kenneth E dan Donald E Baack. 2014. *Intregated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, 7<sup>th</sup> Edition. Tempat terbit: pearson.

- Coban, S. 2012. *The Effect of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: the Case of Cappadocia*. European Journal of Social Sciences. Vol 29 no 2.
- Dinnie, K. 2011. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Butterworth Heinemann.
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. 2010. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hailin, Qu. Kim, Lh. Im, Hh. 2011. *A Model of Destination Branding: Integrating the Concept of the Branding and Destination Image*. Tourism Management. Vol 32.
- Harjani, Hefni. 2015. *Komunikasi Islam*. Prenada Media Group, Jakarta.
- Hidayatullah. 2010. *Pendidikan Karakter Membangun Peradaban Bangsa*. Yuma Pustaka.
- Indrawan, Rully dan Yaniawati R Poppy. 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. PT Refika Aditama, Bandung.
- Jallaludin Al Mahali. 2018. *Tafsir Jalalain*. Ummul Qura.
- Jalilvand, M.R. and Samiei, N. (2012) *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention*. Marketing Intelligence & Planning, 30, 460-476.
- Karim, Shofwan. 2013. *Pembangunan Pariwisata Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Tajdid. Vol 16, No 1.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- M Zama Syari. 2010. *Pengaruh Etos Kerja dan Budaya Kerja Islam terhadap Produktivitas Kerja Pegawai* (Study pada KJKS/UJKS wilayah Kabupaten Pati).
- Nanang Martono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Nurhayati, dan Wahyu, W. M. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone*. Value Added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah Semarang

- Oei, Istijanto. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purwanto. (2011). *Statistika untuk Penelitian*.
- Palupi, Wening Purbatin. 2012. *Harta Dalam Islam (Peran Harta Dalam Pengembangan Bisnis Islami)*. Jurnal Penelitian dan Kajian Keislaman.
- Paramananda, Pandu. 2019. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Destinasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Wisata Domestik Candi Borobudur*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2015. *Sosiologi Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Pitana, I G dan I K, Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa, Bandung.
- Puh, B. 2014. *Destination image and tourism satisfaction: The case of a Mediterranean destination*. Mediterranean Journal of Social Science, 5 (13) : 538-544.
- Ridho , Rahman. 2017. *PENGARUH DESTINATION BRANDING DAN PRODUK WISATA TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI NIAT BERKUNJUNG KEMBALI (Studi pada Wisata Alam Goa Kreo)*. Undergraduate thesis, Faculty of Social and Political Sciences.
- Shihab, M Quraisy. 2015. *Tafsir Al Misbah*. Lentera Hati.
- Simon Anholt. 2009. *The Anholt – GMI City Brands Index How the world sees the world's cities Place Branding*. Vol. 2 No. 1, pp.18
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Syarqawie, Fithriana. 2015. *Fiqih Muamalah*. IAIN Antasari Press, Banjarmasin.
- Tasci, Asli D A and Matin, Konzak. 2009. *Destination Brand vs Destination Image: Do We Know What We Mean?.* Journal of Vacation Marketing. Vol 12 no 4.
- Tasci, Asli dan Gartner, William. 2007. *Destination Image and Its Functional Relationship*.