

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Basu., Swastha & Hani, Handoko, T. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:BPFE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Principles of Marketing, 14th Ed*. Jakarta : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andijasa.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. 6th Edition. New York : Wiley.
- Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta:Kencana.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. hal 64-65.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tukiran, S. E. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Jurnal

- Arimbi, F. A. (2017). *Switching Cost Sebagai Biaya Variabel Pemoderasi Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dan Switching Intention*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Asraf. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*. Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 2, No. 1.
- Bahri, Saiful. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Pada Hotel Syariah Walisongo)*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Basalamah, Anwar. (2011). *Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air*. Binus Business Review Vol. 2 No. 2. Jakarta : Binus University.
- BPS. (2018). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dirjen Pariwisata. (1988). *Pariwisata Tanah air Indonesia*.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hashima, N. H., & Sharifah Latifah, S. (2010). *The Effect of Corporate Image, Customer Perceived Value, Relationship Quality and Switching Intention Among Islamic Banking Customer in Malaysia*. University Publication Centre (UPENA) and Institute of Business Excellence Vol.1, No.4: 60-74.
- Iskamto, D., & Yulihardi. (2017). *Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan kepada Perbankan Islam*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol.2, No.2, hal 5.
- Kartini, Fitri. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Kurniawati, D. (2017). *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan Menginap konsumen pada hotel syariah arini Surakarta*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

- Mabrurroh. (2016). *Analisis Keputusan Menginap Di Hotel Syariah Berdasarkan Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Pelanggan Hotel Syariah Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mondal, S. (2015). *Tourists SPOT Buying Behavior: An Analytical Study*. *Jurnal of Tourism & Hospitality* 2015.
- Mursidi. (2010). *Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menginap di University INN UMM*. *Jurnal Teknik Industri dari Fakultas Ekonomi*, Vol. 11, No. 1.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nugraheni, P. (2016). *Strategi Baruan Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan Di Namira Hotel Syariah*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Nurhayati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pada Hotel Zahra Syariah*. Kendari: Universitas Halu Oleo.
- Pratomo, A. (2017). Analisis Konsep Hotel Syariah pada Hotel Sofyan Jakarta sebagai World's Best Family Friendly Hotel. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4.
- Rahardi, N. (2016). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi Preferensi konsumen terhadap hotel syariah (studi kasus Hotel Sofyan Inn Srigunting)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sudrajat, A. (2009). *Din Al Islam: Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi Umum*. Yogyakarta : UNY Press.
- Suharto. (2016). *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan (Studi Empiris Pada PT. Glodz di Lampung Timur)*. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10, No. 1, hal 26-44.
- Widyarini. (2013). *Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2.

- Widyarini, & Kartini, F. (2014). *Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*. EKBISI, Vol. IX, No. 1, hal 83-94.
- Widyarini. 2014. *Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Wijatmoko, A. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Hotel Syariah (Studi Pada Pelanggan Hotel Syariah Di Surakarta)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Zeithaml, V., Bitner, & Gremler. (2009). *Service Marketing-Intergrating Customer Focus Across The Firm*. New York: MCGraw Hill.

Internet

- Ratni. (2012). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. 24 Juli 2018. http://ratni_itp.staff.ipb.ac.id/2012/06/07/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen/