

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arif Fakhrudin, M. V. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved Desember 01, 2023
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arizqy Hania, S. &. (2016). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 186-193.
- Azuar Juliandi, I. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikas* . Medan: UMSU Press.
- Bustamam, S. S. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT, XXXII*(2), 146-162. Retrieved Desember 18, 2023
- Dewa Ayu Putu Dea Novelia, K. C. (2022). Analisis Strategi Promosi Dalam Menjaga Citra Pariwisata Bali. *Journal of Innovation Research and Knowledge, I*(8), 615-622. Retrieved Desember 06, 2023
- Fajar, Y. A. (n.d.). Analisis Kepuasan Wisatawan Dan Strategi Pengembangan Agrowisata Bale Tani Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. Retrieved November 29, 2023, from <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/18258>
- Fauzan Hidayatullah, . M. (2022). Pemanfaatan Influencer sebagai Media Promosi Pariwisata Sulawesi Selatan pada Akun Instagram @visitsulsel.id. *Avant Garde*, 272-284.
- Fitriana, W. D. (2019). Digitalisasi Kuliner dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi "Jombang Halal Tourism". *Jurnal ekonomi dan keuangan Islam*, 108-116.

- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, M. M. (2015). Analisis komparatif potensi industri halal dalam wisata syariah dengan konvensional.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Himmamati, S. &. (2023). Pengelolaan Obyek Daya Tarik Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Pantai Pacar Kecamatan Pucanglaban Kabupaten Tulungagung. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*, 61-70.
- Husain, U. &. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim, R. P. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasuspt. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul). *JOM FISIP*, IV(1), 1-13. Retrieved Desember 21, 2023
- Indonesia, K. A. (2017). *Al-Qur'an Tajwid Warna Terjemah & Transliterasi Al-Misbah*. Jakarta Pusat: Beras Alfath.
- Lailatul mafazah, H. b. (2022). Analisis Strategi Promosi Eduwisata Di Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, I(4), 234-246. Retrieved November 28, 2023, from <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/563>
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *Journal Of Education*, 29 hlm.
- Meilani Lida Siahaan, N. A. (2023). Strategi Promosi Wisata Desa Wisata Tarabunga Di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba: Studi Kasus Pengembangan Potensi Wisata Alam Dan Budaya. *urnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, II(2), 11724–11741. doi:<https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Mohamad Rizal Nur Irawan, L. I. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*, IV(2), 122-131 hlm. Retrieved Desember 2023
- Muhammad Rasyad Al Fajar, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 77-95.
- Muharromah, G. L. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 152-164.

- Mustaqim, D. A. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *Ab-Joiec: Al-Bahjah Journal Of Islamic Economics*, *I*(1), 26-43. doi:<https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.20>
- Noni Antika Khairunnisah, N. F. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Strategi Promosi melalui E-Commerce dalam prsepektif syariah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, *VII*(1), 767-773. doi:<http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>
- Norma Amaliah, A. Y. (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Art Nouveau*, 11 hlm.
- Nur Ainun Siregar, Y. N. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Kabupaten Padang Lawas Utara. *Journal of Management & Business*, *III*(1), 214-232. doi:<https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.5185>
- Nuraini, E. D. (2014). Analisis pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua: Studi kasus lokasi di sekitas Jalan Gajayana. *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 52-67 hlm.
- Pesta Asni W. Napitulu, P. B. (2022). Model Pemberdayaan Masyarakat Dan Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Desa Wisata Rumah Budaya Watulimo Yang Berbasis Industri Kreatif Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *XI*(1), 59-67. doi:<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.692>
- Puspitasari, E. (2020). Strategi Humas & Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Humas & Protokol Pemerintahan Kabupaten Jombang Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Melalui Program Bulaga “Bupati Melayani Warga”). *Skripsi Universitas Islam Majapahit*.
- Rahmadani, S. (2017). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1-113. Retrieved Desember 06, 2023
- Santoso, S. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Stastistik Multivariat*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Santoso, S. W. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Pemandian Pandan Sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, *I*(4), hal 123-134. doi:<https://doi.org/10.59024/jjise.v1i4.335>

- Saparila Worokinasih, P. S. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Sulam sebagai Objek Wisata Edukasi Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, XIII(4), 650-660. doi:<https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i4.11421>
- Saputra, A. W. (2020). Analisis Permasalahan Pada Aplikasi Smartphone KAI Access Berdasarkan End-User Review Menggunakan Metode Text-Mining Dan Fishbone Diagram. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*, 1-102. Retrieved Desember 06, 2023
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Supriatna, Y. A. (2018). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Sains Manajemen*, IV(2), 83-93. doi:<https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- Suwandi, I. M. (2010). *Citra Perusahaan. Seri Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tika, P. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (1988). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, O. F. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta. Retrieved Desember 01, 2023
- Zayyadi, S. &. (2022). *Islamic Tourism Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Gorup.