

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Al Mustaqim, D. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26-43.
- Amalina, D. N., Anwar, M., & Rachmawati, G. (2022). Strategi Marketing Wisata Syariah Melalui Instagram. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1(2), 149-162.
- Bawazir, Tohir. (2013). *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- CrescentRating. *Global Muslim Travel Index 2023*. www.crescentrating.com
- Dewi, S., & Maulana, F. (2023). “Digitalisasi Promosi Desa Wisata Syariah Berbasis Media Sosial di Jawa Barat.” *Jurnal Teknologi Informasi dan Pariwisata*, 7(1), 77–90.
- Dwihantoro, P., & Vianto, A. N. (2022). Spiritual Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Religi. *Borobudur Communication Review*, 2(2), 91-99.
- Farida, F., Zulaikha, Z., & Putro, H. E. (2020). Desentralisasi Wisata Religi Indonesia Melalui City Branding Wisata Kabupaten Bangkalan Madura. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 223-234.
- Firli, Musfar Tengku. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: CV Media SAINS Indonesia.
- Hamdani, A. R. T. (2022). Pengaruh Produk dan Media Sosial Terhadap Keputusan

- Menginap Pada Hotel Syariah di Bandung, Jawa Barat. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(2), 95-108.
- Handayani, T. (2023). “Pengaruh Konten Visual pada Media Sosial dalam Strategi Promosi Wisata Halal.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 6(1), 55–68.
- Hasibuan, M., Nawawi, Z. M., & Tambunan, K. (2024). Analisis Kontribusi Pengemudi Becak Wisata Dalam Meningkatkan Pariwisata Syariah Kota Padangsidempuan dengan Pendekatan Quadruple Helix. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 654-668.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler Dan Keller. (2015), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). “*Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*”. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, M., & Fadillah, R. (2022). “Efektivitas Platform YouTube dalam Strategi Pemasaran Wisata Syariah Berbasis Komunitas.” *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata Islam*, 3(2), 121–135.
- Lupiyoadi, Rambat. (2016). *Pemasaran Jasa Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmuda, R., & Nurani, K. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Wisata Kuliner Perspektif Pariwisata Syariah (Studi Kasus Los Lambuang Balai Kurai Taji Kota Pariaman). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(10), 1579-1589.

- Makhmudah, Siti. (2019). *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor: Guepedia.
- Mardia, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Menulis Kita. Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Sosial Media Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi. Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Permana, D., & Qadariyah, L. (2023). Analysis Of The Potential For Implementing The Concept Of Halal Tourism In Watu Kandang Tourism Village Destinations, Trenggalek District. *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance*, 9(2), 252-267.
- Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985.
- Pratiwi, N. H. (2023). *Strategi Pengembangan Wisata Bujung Makkatoange Di Kabupaten Barru dalam Mendukung Wisata Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Priyadi, Unggul. (2016). *Pariwisata Syariah: Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Manajemen Penjualan Melalui Sosial media*. Jakarta: PT Elex

Komputindo.

- Putri, R., & Santoso, H. (2022). “Evaluasi Strategi Event Marketing dalam Promosi Wisata Halal di Lombok.” *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 8(2), 89–101.
- Rahman, A., & Khasanah, N. (2021). “Strategi Promosi Pariwisata Halal Berbasis Digital Marketing di Pantai Syariah Padang.” *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 4(1), 35–47.
- Safira, R. E., Sholikah, W., & Rahmanto, D. N. A. (2019). Promosi Daerah Dan E-Marketing Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1).
- Saleh, M., Kamaruzzaman, K., & Desky, H. (2022). Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1221-1238.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sofyan, Riyanto. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D., & Halim, R. (2022). “Strategi Branding dalam Pengembangan Wisata Halal

di Sumatera Barat.” *Jurnal Ekonomi Islam dan Pariwisata Syariah*, 5(2), 102–116.

Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31-42.

Syaipudin, Latif. (2020). Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. *Kalijaga Journal of Communication*, 1(2), 165-178.

Syaipudin, Latif. (2023). Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 80-98.

Syaipudin, L. (2025). *Pengantar Penelitian Lapangan Sederhana Berbasis Jurnalistik (Kualitatif, Kuantitatif, R&D dan Studi Kepustakaan)*. Dawarmiyata Press LPPM STIE Al-Anwar.

Syam, H. M., Rummyeni, R., & Samsudin, D. (2023). Konsep Strategi Branding Destinasi Bagi Industri Pariwisata Halal Dalam Menarik Wisatawan. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 143-152.

Syaripudin, E. I., & Bahri, S. (2022). Pengaruh Wisata Religi Di Makam Godog Kabupaten Garut Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 20-26.

Thaib, Ervin Jusuf. (2021). *Problematika Dakwah Di Sosial Media*. Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.