

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2).
<https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.layout>
- Adriani, L., & Ma'ruf. (2020). Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia. *Al-Muzara'Ah*, 8(1), 57–72.
<https://doi.org/10.29244/jam.8.1.57-72>
- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah Samsul Arifin. *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah*, 8, 67–78.
- Bellia Annishia, F., Prastiyo, E., Dewi Sartika, J., & Timur, J. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier the Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Firdayani, & Sholichah, I. U. (2023). *Urgensi Label Halal Pada Produk Makan Perspektif Hukum Islam*. 6(1), 27–40.
- Hartin, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 404–418.
- Idris, M. (2021). Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Indonesia. *Kompas*. <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia?page=all>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Pengambilan*. 136–151.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- Lim, J., Kurniawan, R., Pelayanan, K., Pemilihan, K., & Kunci, K. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam)*. 5(2), 1227–1237.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2024). *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara*. 8(01), 97–105.
- Maharani, N., & Silvia, A. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiulitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Hala. *Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3.
- Mardiani, I. E., & Imanuel, O. J. (2013). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media*. 4(November).
- Martiasari, L. D., & Hendratmi, A. (2022). Menilai Halal Awareness dan Lifestyle Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 523–533.
<https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp523-533>
- Pardede, R., Manajemen, M., Mulia, U. B., Haryadi, T. Y., Manajemen, A. M., & Mulia, U. B. (2016). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen*. 10(1).
- Pujiono, A. (2021). *Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z*. 2(1), 1–19.
- Rivaldo, Y., Supardi, & Yusman, E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Hotel*. 1(1), 98–106.
- Setya, D. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023*. Detik Hikmah.
- Silitonga, N., & Tampomuri, H. R. (2024). *Generasi Z dan Tantangan Etika Digital Dalam Pembelajaran Modern*. 6(1), 50–56.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z*. Gramedia.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations : the history of America's future*,

1584 to 2069.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Taan, H., Abdussamad, Z. K., Palangka, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Gorontalo, U. N. (2020). *Fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di grand q hotel kota gorontalo*. 2, 53–65.
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.766>
- Widiastuti, sih N., Suryana, Y., & Prabowo, A. (2018). *Dalam Pembuatan Kompos Jerami Padi di Kelompok Karya*. 9(1), 51–58.
- Widyastuti, S. (2019). Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis. In *Cv Irdh*.
- Yusniar, Y., Saputra, J., Tebec, Y. G., & Suhairid, L. (2020). Engaging Halal Lifestyle toward Purchase Intention of Event Marketing : A Study on Car Free Day Activities in Aceh. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 1(3). <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v1i3.51>