

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2017). Pengaruh spiritual branding Spiritual dan brand brand Awareness terhadap keputusan Berkunjung wisatawan di wisata religi Makam Gus Dur.
- Adiyati, A., Sardjono, A. B., & Murtini, T. W. (2019). Aktivitas Wisata Religi Dalam Perubahan Permukiman Di Kawasan Bersejarah Menara Kudus. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.31848/arcade.v3i2.258>
- Alberta Dwi Setyorini, A. D. S. (2021). Pengaruh Destination Image dan Kunjungan Wisatawan terhadap Lokasi Wisata Baru. Vol. 31 No, 693–703.
- Alkent, & Tanamal, R. (2019). Pengaruh Variabel Perceived Usefulness, Trust, Consumer Satisfaction, Dan Intention To Use Pada Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Transaksi Jual Beli. *Business Management Journal*, 15.
- Amalina, D. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu. 4(2), 1–19.
- Aprilia, F. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Tempat Wisata “ Jawa Timur Park 2 ” Kota Batu). 24(1), 1–6.
- Ariyanto, M. Z., & Prihandono, D. (2018). The influence of electronic word-of-mouth and destination image on visit decision through visit intention as intervening variable. *Management Analysis Journal*, 7(3).
- Bambang, Y. D. (2016). Pengaruh Destination Image Jepang Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indonesia (Survei pada Wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang).
- Fitriani, A. (2016). Peran Religiusitas dalam Meningkatkan Psychological Well-being. *Al-Adyan Jurnal Studi Lintas Agama*, 11(1), 1–24.
- Fuad, N., & Mucharam, R. D. (2002). Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Islam. Menara Kudus Yogyakarta.
- Hendrawan, S. (2009). *Spiritual Management*. PT Mizan Publika.
- Hidayah, W. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Fasilitas, Aksesibilitas Dan Kelembagaan Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Morosari Kabupaten Demak.

- Hidayati, A. D. (2018). Analisis pengaruh islamic branding dan nilai Religiusitas terhadap keputusan konsumen muslim dalam pemilihan hotel (Studi Kasus Pada Hotel Semesta Semarang).
- Hurriyati, R. (2015). An Analysis of Place Branding to Enhance the Image of Bandung City and its Implications toward the Decisions to Visit Tourism Destination. 8(1), 99–114.
- Indrianti, R., & Verinita. (2019). The Relationship Of Destination Image , Quality Of Tourist Product Attributes , Word Of Mouth , Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On Visiting Decisions. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 3(1), 62–66.
- Jalaluddin, P. A. (2004). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Edisi Revisi.
- Lusiana, V. (2020). Analisis Minat Kunjungan Ulang Dengan Pemoderasi Religiusitas (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Religi Sunan Bonang Tuban).
- Mas'ud, R., & Yusuf, M. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim Berwisata Di Pulau Lombok Pasca Penghargaan Halal Tourism.
- Meileninadana, N. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Objek Wisata Masjid Agung Demak). 2022.
- Pasaribu, S. W., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2019). Pengaruh Destination Image Dan Pengembangan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bosur , Tapanuli.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sulaksmo, P. D. (2017). Kontribusi Wom Sebagai Pemediasi Pengaruh Destination Awareness, Destination Image, Dan Motivasi Terhadap Tourist Visitation (Studi pada Destinasi Wisata Pantai di Kawasan Gunungkidul). 6, 5–9.
- Wayan, N., Satyarini, M., Rahmanita, M., & Setarnawat, S. (2017). The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist

Destination (A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng , Bali , Indonesia). *TRJ Tourism Research Journal*, 1(1), 81–97.

Yusuf, F. (2018). Objek Daya Tarik Wisata Religi Menara Kudus Dan Makam Sunan Kudus Perspektif Sapta Pesona.

Zuhroh, M. (2018). Masjid Menara Kudus: Ekspresi Multikulturalisme Sunan Kudus (Studi Kasus Kehidupan Toleransi Masyarakat Kudus), 151(2), 10–17.