

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. H. Analisa Strategi Bauran Pemasaran Jasa Dan Citra Pada Kbihi Miftahul Ulum Lumajang Tesis.
- Adityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Penghindaran Pajak Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(3), 124-135.
- Adnan, I. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Membeli Produk Jasa Haji Dan Umrah Di Pt. Fazary Wisata Bintaro Tangerang Selatan* (Bachelor's Thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Agustina, T. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Jd. Id (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Agit, A., & Muharram, S. (2024). Concept Of Consumer Loyalty Of Umrah Pilgrimage Organizers: An Empirical Study Of Factors Supporting Pilgrim Loyalty. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 4(2), 140-154.
- Alfaraby, D. *Strategi Pemasaran Produk Pt. Tur Silaturrahmi Nabi Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Pada Masa Pandemi Covid-19* (Bachelor's Thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal Of Theory And Applied Management*, 11(3), 207.
- Anastasia, R., Ruruk, N., Jaya, A., Halik, J. B., & Londong, J. P. (2023). Pengaruh Relationship Marketing Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Makassar. *Yos Soedarso Economic Journal (Yej)*, 5(2), 56-70.

- Andini, R. P. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan Online Dan Offline Terhadap Jumlah Siswa Di Golden English Tahun 2023. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 655-661.
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Tiktok Shop Pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 209-220.
- Anggriani, W., & Pradesyah, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Menggunakan Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Pada Pt. Zam Zam Wisata Islami. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(5), 1686-1699.
- Arifudin, O., & Taryana, T. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan Stit Rakeyan Santang Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 2(3), 209-218.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program. In Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(5).
- Azmi, K., Jamil, M., & Rezi, F. (2024). Analysis of Pilgrims in Deciding to Register for Umrah on AET Travel. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(5), 356-361.
- Butt, M. M., Rose, S., Wilkins, S., & Ul Haq, J. (2017). Mncs And Religious Influences In Global Markets: Drivers Of Consumer-Based Halal Brand Equity. *International Marketing Review*, 34(6), 885-908.

- Cahyo, K. N., Martini, M., & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada Pt Brainmatics Cipta Informatika. *Journal Of Information System Research (Josh)*, 1(1), 45-53.
- Elsa Efinda, E. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di Pt. Bahagia Wisata Tour Dan Travel Payakumbuh* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fahluroji, A. A. (2015). Strategi Pemasaran Program Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada *esq tours and travels* 165.
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurisdictie*, 9(1), 440526.
- Fatonah, M. N., & Al Amin, N. H. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Perceived Quality, Dan Price Perception Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Aoka (Studi Pada Konsumen Aoka Di Solo Raya) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said).
- Firmansyah, H. (2021). Teori Rasionalitas Dalam Pandangan Ilmu Ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 34-50.
- Halimah, S. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Price Discount Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Dan Sandal Ardiles (Studi Pada Konsumen Produk Ardiles Di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)* (Doctoral Dissertation, Iain Kudus).
- Hasanah, N., & Fatmawati, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 41-48.
- Hidayat, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjai Madura). *Jiems (Journal Of Industrial Engineering And Management Systems)*, 9(2).

Himpun.Or.Id 22 April 2024. Jumlah Jemaah Umrah Indonesia Tahun 2020-2023. Diakses Pada 29 Oktober 2024, Dari Indonesia Kirim 1,3 Juta Jemaah Umrah Pada 2023, Paling Banyak Dari Provinsi Jawa Barat!

Hutauruk, R. S. O. (2020). Pengaruh Dimensi Lovemark Terhadap Niat Pembelian Kembali, Pembayaran Dengan Harga Premium, Dan Positif Word Of Mouth Pada Produk Merek Uniqlo Tahun 2020 (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Isrofa, L., & Kussudyarsana, K. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Brand Image Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 658-677.

Karki, D., & Panthi, A. (2018). How Food Quality, Price, Ambience And Service Quality Effects Customer Satisfaction: A Study On Nepalese Restaurantin Finland. Nottingham: Theses.

Kotler, Amstrong. 2016. Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran. 13th Edition. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, 2018. Manajemen Pemasaran. Pt. Erlangga, Jakarta

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (Lpsp).

Latiep, I. F. (2022). *Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Calon Jamaah Umroh Di Kota Makassar Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Maarif, N. N. (2017). Kepercayaan Kepada Manajer Waqf: Sebuah Kajian Tentang Teori Pengambilan Keputusan Wakaf. *Indo-Islamika*, 7(1), 85-114.
- Malau, Y. (2017). Implementasi Metode Simple Additive Weighting Untuk Sistem Pendukung Keputusan Promosi Kenaikan Jabatan. *Paradigma*, 19(1), 38-45.
- Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 15-27.
- Masittha, N. (2018). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Konsumen Dalam Memilih Biro Perjalanan Travel Umrah Pada Pt. Mandiri Cemerlang Pekanbaru* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau).
- Maubanu, E., & Kartiko, K. (2018). Analisis Komponen Utama Untuk Mengatasi Multikolinearitas Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Terbuka Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi*, 3(01), 21-30.
- Merek, S. (2016). Aaker, David A, 1991, Managing Brand Equity, California: Free Press. Management, 2(2), 149-158.
- Muhamad, N., Leong, V. S., & Mizerski, D. (2016). Consumer Knowledge And Religious Rulings On Products: Young Muslim Consumer's Perspective. *Journal Of Islamic Marketing*, 7(1), 74-94.
- Munib, E. M. (2019). Pengaruh Brand Equity, Service Quality Dan Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Umrah Dan Haji Plus Pt. Arofahmina Kantor Cabang Tulungagung.
- Muzdalifah, I., & Subrata, H. (2022). Pengembangan Big Book Berbasis Kearifan Lokal Untuk Pembelajaran Membaca Permulaan Di Sd. *Jurnal Review Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Hasil Penelitian*, 8(1), 44-53.

- Nakita, F. P. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pengembangan Brand Kosmetik Luxcrime Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Terhadap Minat Beli Mahasiswawi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Malikussaleh)* (Doctoral Dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Nazaruddin, N., Hidayat, R., & Andreas, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada Pt. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah). *Nizham: Jurnal Studi Keislaman*, 8(01), 95-112.
- Nooraliahajiumrah.Com 22 April 2024. Profil Perusahaan. Diakses Pada 29 Oktober 2024, Dari Tentang Kami
- Novita, A. S. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Di Era New Normal Pada Pt. Rinov Mandiri Wisata (Altrama Tour), Kota Tangerang Selatan* (Bachelor's Thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Nurjannah Daulay, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," Skripsi (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), 27.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Panjaitan, T. H., & Lutfie, H. (2016). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pt Millenium Pharmacon Internasional Tbk Cabang Bandung). *Eproceedings Of Applied Science*, 2(2).
- Persada, G., Pasharibu, D. J. O. Y., Tagline, P. B. A. D., Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., & Munir, A. R. Amanah, D.(2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 9 (2). Amanah, D., Harahap, Da, & Lisnawati, D.(2017). Exploring Online Purchase Decision

- Among University Students In Indonesia. *Journal Of Humanities And Social Science*, 22 (5).
- Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300-312.
- Rahadiano, R. A., Istikhoroh, S., & Lasiyono, U. (2024). The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Customer Loyalty Of Al Insani Umroh Travel In Sido'arjo. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 8(2).
- Ridwansyah, Ardhi. 2017. *Instant Marketing For Busy People: Rangkuman Intisari Pemasaran*. Esensi. Jakarta.
- Rizky. (2022). *Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Wong Solo Kota Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saufuddin Jambi.
- Rizla, F., & Amri, S. (2023). Pengaruh Brand Quality, Service Quality Dan Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Umrah Dan Haji Plus Pt Ameera Mekkah Cabang Banda Aceh. *Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi (Kimfe)*, 2(2), 679-693.
- Rohmania, S. S. (2019). *Pengaruh Harga Paket Umrah Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Promosi Pada Jasa Travel Shafira Surabaya* (Doctoral Dissertation, Stie Mahardhika Surabaya).
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu). *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 6424-6434.

- Sari, I. I. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Burdah Water* (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Sayekti, W. N. L. (2019). Kontribusi Uji Kompetensi Guru, Motivasi Berprestasi, Dan Pengalaman Mengajar Terhadap Kompetensi Profesional Guru. *Media Manajemen Pendidikan*, 1(3), 123-130.
- Setiawan, F. J., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Pt Odifa Jelajah Dunia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(10).
- Sinendra, R., Indartini, M., & Herawati, N. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up Di Kota Madiun. *Mabha Jurnal*, 5(1), 37-46.
- Snyder, H., (2019). Literature Review As A Research Methodology: An Overview And Guidelines. *Journal Of Business Research*
- Song, H., Wang, J., & Han, H. (2019). Effect Of Image, Satisfaction, Trust, Love, And Respect On Loyalty Formation For Name-Brand Coffee Shops. *International Journal Of Hospitality Management*, 79, 50-59.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 18-24.
- Veithzal Rival Zainal. Dkk, *Islamic Marketing Manajement*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 244
- Vocasid.Id, 26 Desember 2021. *Metode Dokumentasi Dalam Penelitian Kualitatif Serta Penjelasannya*. Diakses Pada 24 Oktober 2024 Dari [Metode Dokumentasi Dalam Penelitian Kualitatif, Beserta Penjelasannya - Vocasid](#)
- Widyawati, Nungky Dwi Hernawati & Nurul (2019). *Pengaruh Penjualan Perorangan, Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Granit Pada Pt. Garuda Graha Indah*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6). [Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2198](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2198)
- Wulandari, A., Yunus, M., & Idris, M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Warung Bakso Mas Cingkrank Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Kota Makassar*. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(4).
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi Di Bank Btn Syariah Bandung*. *Pro Mark*, 10(1).
- Yousif, R. O. (2016). *The Impact Of Personal Selling On The Purchasing Behavior Towards Clothes: A Case Study On The Youth Category*. *International Journal Of Marketing Studies*, 8(5), 128-135.
- Zain, R. A. (2023). *Optimalisasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah Pada Pt Sakinah Mandiri Cibinong Kabupaten Bogor* (Bachelor's

Thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

