

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Warcham. (2021). Analisis Kritis Terhadap Problematika Masa Tunggu Haji dan Upaya Mengatasinya. *Jurnal Analisis Kebijakan Kementerian Agama*, 1(1).
- Amalia, R., et al. (2024). Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di Kantor KBIH Kota Bogor. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5).
- Asrori. (2016). *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Bella, M. V. (2024, 2 Agustus). Kementerian Agama RI Ditjen PHU Ingatkan PPIU Jalankan Usaha Sesuai Regulasi. Direktorat Penyelenggaraan Haji dan Umrah. https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/ditjen-phu-ingatkan-ppiu-jalankan-usaha-sesuai-regulasi?utm_source= (Diakses 21 Mei 2025).
- Bella, M. V. (2025, 7 Februari). Permudah Proses Izin PPIU dan PIHK, Kemenag Diganjar Penghargaan Percepatan Pelaksanaan Berusaha. Kementerian Agama RI. https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/permudah-proses-izin-ppiu-dan-pihk-kemenag-diganjarpenghargaan-percepatan-pelaksanaan-berusaha?utm_source= (Diakses 21 Mei 2025).
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms*. Dalam *Marketing of Services* (hal. 47–51). Chicago: American Marketing Association.
- Daulat, H. T., & Grace, E. M. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PT. *Astragraphia Medan. Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Djaali. (2017). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dwi Nurilahiah, et al. (2023). Strategi Pemasaran PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang dalam Menghadapi Persaingan Harga antara Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8).
- Fefi, E. P. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah di PT. Al Hakim Lina Jaya Tulungagung. *Penelitian*.
- Handayani, T., & Fathoni. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

- Hasza, J., et al. (2025). Strategi Mutawwif dalam Memberikan Bimbingan Manasik Umroh di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Ihsan, R. A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1).
- Kementerian Pariwisata RI. (2018). Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2018, Pasal 1 Ayat 3.
- Kertajaya, H., & Syakir, S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Khairil, A. (2023). Strategi Pemasaran Produk Paket Ibadah Haji dan Umrah di Rizkia Tour & Travel Cabang Bukittinggi. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1, Terj. Benyamin Molan). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi ke-15). Pearson Education.
- Lutfi, M., et al. (2021). Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT. Nur Ramadhan Wisata Cabang Surabaya dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat. *Ekomania*, 7(2).
- Maharani, M., et al. (2022). Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah. *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(6).
- Masqon, D., & Zubaidi, S. (2017). *Panduan Praktis Haji & Umrah*. Ponorogo: UNIDA Gontor Press.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- PT. Menara Kamilah Tour and Travel. Company Profile.
- Pratama, A., & Anggraeni. (2019). Pengaruh YouTube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1).
- Refli, A. (2020). Strategi Pemasaran Tour and Travel Haji dan Umrah dalam Menarik Minat Calon Jamaah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung. *Penelitian*.
- Rofiah, S., & Sopian, Y. (2024). Pengaruh Personal Selling dan E-Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Agen Diamond Desa Mekarsari pada PT. Natura Prima Beauty. *YUME: Journal of Management*, 7(3).
- Romdona, S. (2023). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1).
- Safira, B. (2024). Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Jamaah Haji dan Umrah di Kota Metro pada PT. Saudi Patria Wisata Lampung. *Penelitian*.

- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solikhah, A. (2023). Strategi Pemasaran Program Umroh sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Jamaah Umrah pada Jgrup Amanah Wisata Kabupaten Cilacap. Jurnal Fenomena Ilmu Sosial, 3(1).
- Sri Wulan, et al. (2024). Prospek Travel Bisnis Haji dan Umrah: Entrepreneur di Era Digital. Mecca: Journal of Hajj and Umrah, 1(1).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syakir, S. (2007). Amanah bagi Bangsa: Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah. Jakarta: Masyarakat Ekonomi Syariah.
- Syamsiyah, N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Umrah pada Travel Smarts Umrah Lampung. Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, 3(1).
- Taufik Hidayat. (2022). Strategi Pemasaran Produk Umrah pada Travel Smarts Umrah Lampung. Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, 2(2).
- Taufikurrahman, et al. (2023). Manajemen Bimbingan Manasik Haji dalam Membina Kemandirian Calon Jamaah Haji. Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan, 21(2).
- Zuchri, A. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: CV. Syakir Media.