

DAFTAR PUSTAKA

- A. Chandler,(1962), *Strat And Structure: Chapters In The History Of American Industrial Enterprise* (Cambridge Mass: MIT Press), Hal. 61
- Abdul Hafiz Hazieq, Muhammad Nauval, Wardatul Hamro, (2024), *Inovasi Layanan Manajemen Haji Dan Umroh : Memanfaatkan Media Sosial Untuk Edukasi Dan Informasi Jamaah*, *BRIDGE : Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi* Vol. 2, No.1, Hal. 156.
- Achmad Said, Wakib Kurniawan, Supriyatmoko, (2025), “Pengaruh Pelaksanaan ibadah Haji Dan Umroh Terhadap Transformasi Spiritual Jamaah Di Kelompok Bimbingan Haji & Umroh Al Fatwa,” *Tadhkirah: Jurnal Terapan Hukum Islam Dan Kajian Filsafat Syariah*, Vol. 2 No. 1, Hal. 31.
- Ahmad Sarwat Lc, (2011), *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji & Umrah* (Jakarta: DU Publishing).
- Ahmadih Rojalah Jawab, (2025), “Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah Pada Pt. Samawi Travel,” *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 13, N0. 2, Hal. 43.
- Andrew D. J, *Leadership*, (2015) (*Terjemahan.Edisi Kedua*) (Jakarta: Prenada Media), Hal. 25
- Anne Rumondang Malau And Imelda Sitinjak, (2024), “Role Of Human Capital, Motivation, And Supervisor Sponsorship In Predicting Career Success In The Perspective Of Employees In Indonesia,” *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* Vol. 20, No. 1, Hal. 85–96.
- Annisa Fitri, (2023), “Upaya Pt. Amanah Safari Internasional Tour Dalam Meningkatkan Customer Relationship Manajemen Haji Dan Umroh,” *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*, Hal. 6.
- Baharuddin, (2020), Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pelabuhan Indonesia IV, *Indonesian Journal Of Busines*, Hal. 66–70.
- Buttle, Francis, (2009), *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*, (Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann).

- Christian Gronroos, (1998), *Service Management And Marketing: A Moment Of Truth*. (Singapore: Maxwell Macmillan International), Hal. 91
- Chyntia Novy Girsang Dan Dorien Kartikawangi, (2021), Pola Komunikasi Simetris Dua Arah: Strategi Perusahaan Membangun Engagement Melalui Media Sosial, *Jurnal Komunikasi* Vol. 13, No. 2, Hal. 272.
- Dewi Manda Angraini Dika Ayu Gustari, (2024), Pengaruh Kepercayaan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umroh Pada PT. Al Shafwah Wisata Mandiri, *J-ISACC : Journal Islamic Accounting Competency* Vol. 4.
- Dong-Jenn Yang, (2007), "Review And Prospect Of Relationship Marketing: A Citation Analysis," *Contemporary Management Research* Vol. 3, No. 2, Hal. 270.
- Erlina T.V. Timpal, Agustinus B. Pati, And Fanley Pangemanan, (2021), "Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Governance* Vol.1, No. 2.
- Evan Stiawan Sabrina Aulia Salsabilla, Supardi Mursalin, (2026), Efektivitas Digital Marketing Berbasis Influencer Dalam Promosi Produk Umrah Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Pt. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu), *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* Vol.11, No. 1.
- Eza Fira Dahrani Nayla Zafira Indra, Hasbi Ash-Shadiqin, Intan Cahya Iskandar And Wismanto Satrio Syahbana, (2024), Pengaruh Ibadah Haji Dan Umrah Terhadap Spiritual, Sosial, Dan Ekonomi Umat Muslim, *Student Scientific Creativity Journal* Vol. 3, No. 1.
- Febi Wulandari, (2025), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Loyalitas Jamaah Di PT. Gadikah Mandiri Islami Travel Medan," *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 13. No. 3.
- Freddy Rangkuti, (2016), *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Freddy Rangkuti, (2016), *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Gagah Daruhadi Dan Pia Sopiati, (2024), "Pengumpulan Data Penelitian, Ilmiah," *J-CEKI : Jurnal Cendekia* Vol. 3, No. 2.

- Ghia Ghaida Alfi Nur Syilmi, Azizah Fauziyah, (2024), “Analisa Manajemen Hubungan Pelanggan Shartpro,” *Journal Of Economic, Bussines, And Accounting* Vol. 7, No. 1.
- Griffin, (2005), *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga), Hal. 45.
- Iman Mulyana, (2010), *Manajemen Dan Kehidupan Manusia* (Yogyakarta: Kanisius).
- Intan Dameria, (2016) "Loyalitas Konsumen Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Gerai Indomaret Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk", *Jurnal Aplikasi Administrasi* Vol.19 No. 2.
- Istikomah, (2025), “Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial).” *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, Vol. 7, No. 1.
- Jazuli, (2017), *Buku Pintar Haji & Umrah* (Yogyakarta: Ar-Ruz Media), Hal. 25.
- John A. Ledingham And Stephen D. Bruning, (2025), “Relationship Management In Public Relations: Dimensions Of An Organization-Public Relationship,” *Public Relations Review* Vol. 24, No. 2, Hal. 58.
- Joko Subagyo, (2007), *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta), Hal. 63
- K Rachmat, (2014), *Teori – Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik Edisi Pertama. Cetakan Kedua* (Jakarta: Kencana), Hal. 55.
- K.A. Bukhori Saptudin, Muahammad Adil, (2020), *Komunikasi Intensif Dalam Penyelenggaraan Ibadah Umrah: PT. Aina Wisata Iman Semende Sebagai Kasus*, *Jurnal Ilmiah Syiar* Vol. 20, No. 2, Hal. 198.
- Kartikawangi, (2021), *Pola Komunikasi Simetris Dua Arah: Strategi Perusahaan Membangun Engagement Melalui Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 13, No. 2, Hal. 277.
- Khairil Anwar Nabila Rachmadiani, (2025), *Inovasi Pengelolaan Layanan Pengaduan Publik Dalam Mengoptimalkan Responsivitas Berbasis Platform Whatsapp Business*, *MARTABE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 8, No. 2, Hal. 7.

- Khoirul Anwar, (2021), “Customer Relationship Management Terhadap Customer Satisfaction. Penelitian Ini Dilakukan Oleh Khoirul Anwar Pada Tahun 2017.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Hal. 10.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane, (2016)*Marketing Management* (15th ed.). (New Jersey: Pearson Education.
- Lara Paradilla Dan Sandra Dewi, (2024), Strategi Pemasaran Perlengkapan Haji Dan Umrah Di Kota Padang, *Journal Of Management And Creative Business* Vol. 2, No. 1, Hal. 115.
- Lexy J. Meolong, (2002), *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya), Hal. 16.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015), Hal. 157
- Linda Hon Dan James E.Grunig, (1999), “Guidelines For Measuring Relationships In Public Relations,” Institute For Public Relations, Hal. 21.
- M. Alfansyur, Andarusni, (2020), “Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial,” *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah* Vol. 5, No. 2, Hal. 146–50.
- M. Syahrani Jailani Nidia Suriani, Risnita, (2023), “Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan,” *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 1 No. 2, Hal. 33.
- Maja Cosic And Milenko D. Djuric, (2010), “Relationship Marketing In The Tourist Services Sector,” *UTMS Journal Of Economics* Vol. 1, No. 3, Hal. 59.
- Manish Das Weng Marc Lim, Victor Saha, (2025), Dari Kegagalan Layanan Hingga Loyalitas Merek: Bukti Paradoks Pemulihan Layanan, *Jurnal Manajemen Merek*, Vol. 32, Hal. 260.
- Mardiasmo, (2009), *Akuntansi Sektor Publik*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI), Hal. 120.
- Mita Rosaliza, (2015), “Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif,” *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol. 11 No. 2, Hal. 71.
- Moh Zaiful Rosyid, (2018), *Reward Dan Punishment Dalam Pendidikan* (Malang: CV.Literasi Nusantara Abadi). Hal. 42

- Mohammad Nasir Siti Hasnah Hassan, Amin Maghsoudidan Nurul Illiyani, (2016), Model Konseptual Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Konsumen: Survei Loyalitas Wisatawan Muslim Pada Paket Wisata Umroh, *Jurnal Internasional Pemasaran Dan Branding Islam*, Vol. 1, No. 3, Hal. 225.
- Morgan, R. M., Dan Hunt, (1994), The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing, *Journal Of Marketing*, Vol. 58 No. 3, Hal 20-38.
- Muhammad Akmal Faridzi, (2021), “Strategi Penguatan Loyalitas Jamaah Haji Umrah PT Nur Rima Al-Waali Tour &Travel Jakarta Selatan Pada Masa Pandemi,” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021, Hal. 2.
- Muhammad Fadhly Dkk, (2024), “Pendidikan Tata Cara Pelaksanaan Haji Dan Umrah Bagi Mahasiswa PGMI Pada Mata Kuliah Fiqih Ibadah,” *Alfihris: Jurnal Inspirasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 2, Hal. 154.
- Muhammad Rafi, (2022), “Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Di Pt. An Cipta Wisata Cabang Riau,” Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau, Hal. 1.
- Muhammad Noor, (2018), “Haji Dan Umrah,” *Jurnal Humaniora Dan Teknologi* Vol.4, Hal. 39.
- Mutya Yusnita Effendy, (2024), “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh Pada PT. Cahaya Berkah Safar (Al-Ghazi Tour & Travel),” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 5 No. 7, Hal. 3625.
- Muzakkir. S Dana Istikomah, (2025) “Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial),” *At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, Vol. 7 No. 1.
- Nana Herdiana Abdurahman, (2018), *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV. Pustaka Setia), Hal. 2
- Nur Madihah Harahap, Dkk, (2024), Implementasi E Relationship Marketing Melalui Media Sosial Dalam Menjaga Loyalitas Jemaah Di Era Digital Pada PT Al-Amar Madani Masyhur Medan: Laporan Hasil Magang, *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat* Vol. 3, No. 1, Hal. 491.

- Nuridin, Yusnita Cindi Nur Majidah, (2025), Strategi Komunikasi Pelayanan Dalam Membangun Loyalitas Alumni Jamaah Umrah Di PT Mina Wisata Islami, *Gatekeeper: Jurnal Media dan Komunikasi*, Hal. 5.
- Rachmat Kriyantono, (2010), Teknis Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana Prenada Media), Hal. 42
- Raden Bagus Faizal Irany Sidharta, (2019), “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalty Intention Dengan Word Of Mouth Sebagai Mediasi,” *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 1 No. 2, Hal. 1.
- Resi Afrida, Syahmardi Yacob, Novita Sari, (2020) “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Citra Merek (Studi Pada Pelanggan Oppo Jambi),” *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol.8. No, Hal.3.
- Rita Kasturiani, (2018), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pt. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun,” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Hal. 1.
- Rizal Dan Asnan Furianto, (2009), *Marketing Reloaded: Kompilasi Konsumen Dan Praktek* (Jakarta: Salem Ba Em Pat), Hal. 128
- Rizky Ajeng Andriani, Dkk, (2026), Dampak Influencer Media Sosial Dan Konten Buatan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Perjalanan Umrah Di Indonesia, *Jurnal Perwakilan Publik Dan Penyediaan Layanan Masyarakat* Vol. 6, No. 1, Hal. 410.
- Rizky Aulia Ahsya, Dkk, (2026), Digital Information Ethics In Family Whatsapp Groups: The Practice Of Tabayyun Among Muslim University Students In Indonesia, *AL YASINI: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan* Vol. 11, No. 01, Hal. 352.
- Rudhy Dwi Chrysnaputra Dkk, (2020), "Manajemen Layanan Ibadah Umroh", 2020, Hal. 72– 73.
- Ruth Sonia Lasta Fricilia Bernadetha, (2024), Analisis Tingkat Kepercayaan Pengikut Akun Intragam @Lambe_Turah Terhadap Postingan Berita Yang Disebarluaskan, *ULILALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 3, No. 5, Hal. 123.

- Sanja Obradovic, (2024), Perjalanan Suci: Menjelajahi Pengalaman Emosional Dan Keterikatan Tempat Dalam Wisata Religi Di Biara Di Serbia, *MDPI (Multidisciplinary Digital Publishing Institute)*, Vol. 15, No. 6, (2024), Hal. 652.
- Septy Holisa Umamy Daniar Resti Maharani, Budi Santoso, (2025), Pengaruh Kualitas Layanan Umrah, Trust, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Jamaah Pada Agen Haji Dan Umrah PT. Atiga Bersaudara Tour, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol.11 No. 02, Hal. 238.
- Siti Rahayu Sentoso, Diah Harjaningtyas, Erna Andajani, (2021), “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pelayanan Konsumen Terhadap Loyalitas Destinasi Jamaah Umroh,” *ABM: Akuntansi Bisnis Dan Manajemen* Vol. 28 No, Hal. 33.
- Sudahri Eva Shinta Aisyah, (2025), Analisis Strategi Komunikasi Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Dalam Membangun Kepercayaan Jamaah Melalui Media Digital: Studi Kasus PT. Assunniyah Al-Jauhari, *Ilomata International Journal Of Social Science*, Vol. 6, No. 2, Hal. 654.
- Sugiyono, (2013), *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: Alfabeta), Hal. 24.
- Sugiyono, (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Penerbit Alfabeta). Hal. 401.
- Suryawan, Dkk, (2025), Meningkatkan Nilai Perusahaan Melalui Loyalitas Pelanggan Di Agen Perjalanan Umrah, *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 13 No. 4, Hal. 2785.
- T. Grunig, J. E., Hunt, (1984), *Managing Public Relations* (New York: CBS College Publishing).
- T. Hani Handoko, (2008), *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2008), Hal. 24.
- Tryana Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, (2020), “Exploring Learners' Autonomy in Online Language-Learning in STAI Sufyan Tsauri Majenang." *Getsempena English Education Journal GEEJ*), Vol. 7, No. 2, Hal. 385.
- Ulfa Ainun Humairaa, (2021), *Apa Sih Strategi Pemasaran Itu* (Makasar: Pustaka Taman Ilmu), Hal. 3

- Utari Evy Cahyani Ratna Nurya Ningsih, Abdul Nasser Hasibuan, (2024), Evaluasi Determinan Kepuasan Jamaah Travel Umroh: Pendekatan SERVQUAL Dan Commitment-Trust Theory, *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah* Vol. 5, No. 2, Hal. 27.
- Wahidmurni, (2008), *Penelitian Tindakan Kelas Dari Teori Menuju Praktik* (Malang: UM Press). Hal. 29
- Wahyu Handayani, Dkk, (2025), “Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah,” *Journal Of Artificial Intelligence And Digital Bussinies (RIGGS)* Vol. 4, No. 2, Hal. 6350.
- Yusnita Cindi Nur Majidah Dan Ali Nurdin, (2026), Strategi Komunikasi Pelayanan Dalam Membangun Loyalitas Alumni Jamaah Umrah Di PT Mina Wisata Islami, *Gatekeeper: Jurnal Media Dan Komunikasi* Vol. 1, No. 2, Hal. 6.
- Zaini Nurasa Azzahra, (2025), Pengaruh Dari Pengaruh Dari Mulut Ke Mulut Dan Strategi Pemasaran Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen, *Prosiding Seminar Internasional Tentang Studi Islam* Vol. 6, No. 1, Hal. 277.