## DAFTAR PUSTAKA


Arifianto, D. "Strategi Promosi Digital pada Biro Travel Umrah di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Dakwah*, vol. 19, no. 1, 2021.

Belch, George E., dan Michael A. Belch. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill, 2018.

Chaffey, D., dan F. Ellis-Chadwick. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson, hlm. 10–12.

Chaudhuri, A., dan M. B. Holbrook. "The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty." *Journal of Marketing*, vol. 65, no. 2, 2001, hal. 85.

Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications, 2014, hal. 4, 97.

Fadillah, M. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Travel Umrah." *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, vol. 5, no. 2, 2022.

Fardani, R. A., dan U. Sumarwan. "Pengaruh Konsistensi Konten Media Sosial Instagram terhadap Persepsi Merek dan Niat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, vol. 13, no. 2, 2022, hlm. 112–124.

Hidayat, M. T. "Peran Promosi Digital dalam Membangun Brand Awareness Biro Travel Umrah." *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 12, no. 1, 2022, hlm. 45–63.

Husnullail, M., et al. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah." *Journal GentaMulia*, vol. 15, no. 2, 2024, hal. 71.

Kaplan, A. M., dan M. Haenlein. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media." *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, 2010, hlm. 59–68.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Statistik haji dan umrah 2022–2023*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, 2023.

Kertajaya, H., dan M. S. Sula. *Syariah marketing*. Mizan, 2006, hlm. 157–163.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education / Hoboken, 2016, hlm. 47, 214, 272–274.

Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, vol. 12, no. 33, 2020, hal. 150.

Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications, 2014, hal. 12–14.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya, 2017, hal. 9, 132, 135, 157–163, 330.

Morgan, R. M., dan S. D. Hunt. "The commitment-trust theory of relationship marketing." *Journal of Marketing*, vol. 58, no. 3, 1994, hlm. 20–38.

Muhamad, N., dan D. Mizerski. "Exploring Muslim consumers' information sources for fatwa rulings on product and company issues." *Psychology & Marketing*, vol. 27, no. 7, 2021, hlm. 711–740.

Napitupulu, Ir Elfrida Viesta. *The Future of Hybrid Marketing: Strategi, Taktik, dan Inovasi Terbaru Pemasaran untuk Pertumbuhan dan Keberlanjutan Bisnis*. Elex Media Komputindo, 2024.

Nasrullah, R. *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media, 2017, hlm. 30–32, 88–94.

Nurfajriani, Wiyanda Vera, et al. "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 10, September 2024, hal. 828–29.

Patton, Michael Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications, 2015, hal. 264.

Putri, Citra Sugianto. "Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, vol. 1, no. 5, 2016, hlm. 594-603

Rahmawati, D., dan A. Kurniawan. "Pengaruh media sosial terhadap keputusan calon jamaah dalam memilih biro perjalanan umrah." *Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 4, no. 2, 2021, hlm. 112–130.

Rahmawati, D., dan R. D. Kusumastuti. "Motivasi spiritual dan pengambilan keputusan konsumen Muslim dalam memilih jasa travel haji dan umrah." *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 10, no. 3, 2022, hlm. 856–869.

Ryan, Damian. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page, 2016/2017, hal. 18–19, 89.

Shimp, T. A., dan J. C. Andrews. *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (9th ed.). Cengage Learning, 2013, hlm. 7–10.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, 2020, hal. 22–23, 102–103, 267–270.

Sulung, Undari, dan Mohamad Muspawi. "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder dan Tersier." *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, vol. 5, September 2024, hal. 111, 123.

Suriani, Nidia, Risnita, dan M. Syahran Jalinai. "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *INSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, 2023, hal. 36.

Syahid, A., dan S. Harianto. “Strategi konten media sosial pada lembaga jasa keagamaan: Studi kasus travel umrah di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 9, no. 1, 2023, hlm. 45–62.

Tuten, Tracy L., dan Michael R. Solomon. *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications, 2018, hal. 66.

Wardhana, A. “Strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UMKM di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 5, no. 1, 2021, hlm. 327–337.

Wulandari, S., Nur Azizi, S. D., dan R. T. Hidayat. “Paradigma ibadah haji dan umrah ditinjau berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia.” *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam*, vol. 3, no. 2, 2024, hal. 174.

Yin, Robert K. *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications, 2018, hlm. 15–18, hal. 15.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan D. D. Gremler. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill, 2018, hlm. 4–6.