DAFTAR PUSTAKA

Adyta. Strategi Buaran Promosi Dalam Merekrut Jemaah Umrah Pada Esq Tuors Travel Kota Jakarta Selatan. Skripsi (2022).

Al Arif , Muh . Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2012),h.174.

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran jasa,* (Bandung: Alfabeta, 2018), h.184.

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran jasa,* (Bandung: Alfabeta, 2018), h.185.

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran jasa,* (Bandung: Alfabeta, 2018), h.185.

Anita, Ajowanda. Strategi promosi PT. Arminareka Perdana cabang padang dalam penyelenggaraan umroh. *Jurnal Dakwah dan Manajemen Volume 1 No.2.* (2019)

Audit, Afifi M. Keuangan Ppiu: *Untuk Penyelenggaraan Umrah Yang Profesional, Transparan, Akuntabel & Bersyarat*. Jurnal Peta Vol.4 no.2 (2019), hlm 29

Dani. *Promblematika Penggelolaan Penyelenggaraan Umrah Di Kota Surakarta*. Jurnal Ilmu Dakwah. Vol .12 No ,1 (2018), hlm.23-45

Hasan ,Ali , *Marketing dan Bank Syarih*, (Bandung: Ghalia Indonesia,2010), h. 25-26

Hasan, Ali, *Marketing dan Bank Syarih*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), h.25

Hasan, Ali, *Marketing,* (Jakarta: PT.Buku Kita, 2008),h.368.

Dipindai dengan CamScanner

Hasan,Ali, *Marketing dan Bank Syarih*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), h. 26

Hernawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran, (Malang: Erlangga,2021),h.72.*

Hernawan,Agus, *Komunikasi Pemasaran, (Malang: Erlangga,2012),h.72*

Idris, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, hlm. 148-151*

Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Edisi kedua,* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm, 108.

Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif,.* hlm, 103.

Imam, Jazuli, *Buku Pintar Haji & Umrah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz, Media, Cetakan II,2017), hlm.5

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*: Kuantitatif dan Kualitatif, (Jakarta:Gaung Persada Press,2008), hlm, 217.

Juliana, Ngatno Shaputra, Ahmad Taufiq Harahap. Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Pada PT. Siar Haramain Internasional Wisata di Medan". *http:/journal.uinjkt.ac.id/indeks.php/jmd.* 2021

Kotler, Philip, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2008),h.169.

Kotler, Philip, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2008),h.136.

Kriyanto, Rachmat, *Public Relation Writing Teknik Produksi, Media Public Relations dan Publisitas Korporat,* (Jakarta: Kencana, 2008),h.2

Dipindai dengan CamScanner

Kusumaningsih, Navira, Amin Akkas. implementasi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah PT. Arminareka Perdana Jakarta Pusat. *Jurnal Bisnis Net Volume : 5 No.2* (2021)

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.17.

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.23.

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.24

Musfar, Tengku Firli, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Media Sains Indonesia,2020), h.141

Nata, Ondri. "Strategi Promosi PT. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah".Skripsi (2021)

Poerwadarminta,W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, h.432

Rasyid, Muhammad Hamdan, *Agar Haji Dan Umrah Bukan Sekedar Wisata*, (Depok: Zahira Press,2011), h.20

RI, Dapertemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Diponogoro, 2005),hlm.232

Rochimi, Abdurrahman, *Segala Hal Tentang Haji dan Umrah, (Jakarta : Erlangga,2010), hlm.42*

Sayyidah Putri, & Moch Khoirul Anwar, *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah Di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera*, Jurnal Ekonomi Islam Volume, 2 No, 1 (2019), hlm, 97-108.

Dipindai dengan CamScanner

Sitorus, Onny Fitriani dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: FKIP UHAMKA,2017),h.8

Sitorus, Onny Fitriani dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: FKIP UHAMKA,2017),h.8

Susila, Eka. Strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru Di Tinjau Dari Ekonomi Islam. Skripsi (2020)

Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: liberty, 2008), hlm.56

Swastha, Basu, dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta 2008),h.135

Swastha,Basu, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Liberty, 2002),h.50.

Syuhada, Harjan, dan Sungarso, *Fikih Madrasah Aliyah Kelas X*, (Jakarta : PT Bumi Aksara,2021), hlm.4

Tanzah, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis, cet. I*, (Yogyakarta: penerbit teras, 2011), hlm, 64.

Tanzah, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, hlm, 84.

Tanzah, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, hlm, 89

Tanzah, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis, hlm.96*

Wirasasmita, Rivai, dkk, *Kampus Lengkap Ekonomi, (Bandung: Pionir Jaya, 2002), h..399*

Dipindai dengan CamScanner

Yadi, *Analisis Usability Pada Website Traveloka*, Jurnal Ilmiah Betrik, Vol.09, No.2, Hal.174

Yunita, Linda Desma dan Tri Handayani, *Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)*, Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, Vol.4, No.1, Hal.20

Yustifa & Yulianto, *Pengaruh Experiental Marketing Dan Word Of Mounth Terhadap Loyalitas Pelayanan*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 57 No.1 (2018)

Dipindai dengan CamScanner