

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M. W., Karnawati, T. A., & Ruspitasari, W. D. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Al-Shahba Malang Melalui Kepercayaan Jamaah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(2), 161–172. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i2.193>
- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1–7. www.bisnissurabaya.com
- Effendi, A. Z., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah. *Jurnal Ekonomi*, 1–25.
- Ekasari, S. N., Chan, S., Ekonomi, F., & Buana, U. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Promosi Melalui Media Sosial Dan Religious Values , Terhadap Pemilihan Paket Umroh PT Royal Tour Internasional Dengan Minat Jamaah Sebagai Intervening jamaah umrah maupun haji selama tahun 2020 hingga 2021 , perusahaan. 1(November), 275–288. <https://doi.org/10.22441/jfm.v1i3.17637>
- Fathi, A. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada PT Nur Islami Travel Jakarta Utara.
- Hidayat, F. P. (2021). Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Dapur Luthfiah). 1, 45–50.
- Kosasi, B. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pt Darul Umroh Haramain Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4.
- Rahayu, S., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(2), 117–122. <https://doi.org/10.37932/j.e.v8i2.41>
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Setiawan, F. J. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian paket Umrah PT Odifa Jelajah Dunia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 10(No. 10), 1–17.
- Siregar, N. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah (Studi Kasus : Rizkia Tour & Travel Bukittinggi). *Skripsi*, 98.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). alfabeta cv.
- Suryadana, L. M., & Octavia, V. (2015). *PENGANTAR PEMASARAN PARIWISATA* (S. HANDI (ed.); 02 ed.).
- Wibowo, A. L., & Priansa, J. D. (2017). *MANAJEMEN KOMUNIKASI dan PEMASARAN* (1st ed.). alfabeta cv.

- Widiastuti, & Hendarti. (2022). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Yusi, S. (2016). *METODOLOGO PENELITIAN Untuk Ekonomi, Bisnis, dan Sosial* (1st ed.). Universitas Sriwijaya.
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>