

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Kalijaga, 2021.
- Agama, Kementerian. "Direktorat Penyelenggaraan Haji Dan Umrah Kementerian Agama RI, Haji Dari Masa Ke Masa," 2012.
- Ahadiat, Ayi. *Manajemen Strategik Tinjauan Teoritik Multiperspektif*. Bandar Lampung: Lembaga Penelitian Universitas Lampung, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2013.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2*,. Yogyakarta : Liberty, 2000.
- Dayat, M. "Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan." *Mualim* 1 (2019): 308–310.
- Dwinanda, Giri, and Yuswari Nur. "Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar." *Jurnal Mirai Management* 6 (2020): 1.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell dan P.W. Miniard. *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam*. Jakarta : Binarupa Aksara, 1995.
- Fiantika, Feny Rita. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Halim, Fitria. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hartani, Dr. *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia, 2021.
- Halim Fitria, Dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. 2021.
- Hendrayani, Eka. *Manajemen Pemasaran (Konsep Dasar)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Kaligis, Tesalonika Imelda, Silvya L Mandey, and Ferdy Roring. "Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Wil Manado." *Jurnal Emba* 9 (2021): 3.

- Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, Jakarta : Lajnah. Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015.
- Kotler, & Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- KBBI. “Strategi,” 2022.
- Makmur, and Safrizal. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada SMart Swalayan Pasir Pengaraian).” *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3 (2015): 43.
- Manap, Abdul, and others. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- Moleong, L J. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Monroe & Allard C.R. *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. Industrial Marketing, 2005.
- Nawawi, Imam. *Syarhun Nawawi ‘alal Muslim*, Beirut, Darul Ihya’ at-Turats: 1392, juz VIII.
- Ngaeni, Atiek Nur. “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix.” *Manajemen Ekonomi* 4 (2021): 198.
- Noor, Zulki Zulkifli. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2010.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Shodiq, Umar, and Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2010.
- Surya,Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Zainuddin, Darwin. *Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah – Madinah*, n.d.
- Zohari, H, and Johan Arifin. *Tuntutan Manasik Haji Dan Umrah*. Yogyakarta: CV. Istana Agency, 2019.
- Zulfa, Istofia, and Tuwis Hariyani. “Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMEs in Kediri Regency During the

- Covid-19 Pandemic.” *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)* 2 (2022): 1.
- Wijayanti. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dalam. Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*. 8 (2), 2017.
- Wulandari, Suci. Salman Daffa Nur Azizi, Rifqi Thariq Hidayat, Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia, *Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam* Volume 3, Nomor 2, Desember 2023