DAFTAR PUSTAKA

Abedian, M., Amindoust, A., Maddahi, R., & Jouzdani, J. (2022). A Game Theory Approach to Selecting Marketing-Mix Strategies. *Journal of Advances in Management Research*, 19(1), 139–158. https://doi.org/10.1108/JAMR-03-2021-0091.

Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desan Taman Bunga Manohara Desa Purwadadi. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(1), 1-17. https://doi.org/10.32503/jmk.v5i1.692.

Afina, S. (2025). Analisis SWOT terhadap Harga Jual Produk Umrah pada PT. Madinah Iman Wisata Kota Tangerang Selatan. *Repository UIN Syarifhidayatullah.* https://repository.uinjtk.ac.id/dspace/handle/

Agustin, D., Nurdian, B., Nurminingsih, N., Rosa, T., Tafrizi, T., Nuryanah, N., Asim, A., Rushadiyati, R., & Ahmadun, A. (2024). Pelatihan Pemasaran Bisnis Travel Haji dan Umrah Berbasis Online dan Kerja Sama. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*. https://doi.org/10.52643/pamas.v8i4.5108

Ahmad, M., Silalahi, C., Cahya, R. N., Febriansyah, M. S. L., Mega, R., & Fauzan, N. I. (2023). Perspektif Evolusi Teori Organisasi bagi Organisasi di Masa Depan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10). https://doi.org/10.5281/zenodo.10200862.

Ahmadi, & Sudahri, A. (2025). Analysis of Communication Strategies of Hajj and Umrah Travel Agencies in Building Pilgrims Trust Through Digital Media: A Case Study of PT. Assunniyah Al-Jauhari. *The Ilomata International Journal of Social Science*, 6(1), 1–15. https://doi.org/10.1234/ijss.2025.1710.

Aisyah, S., & Devy, T. (2025). Strategi Pemasaran Umrah pada PT. Sinai Tour & Travel dalam Meningkatkan Minat Jamaah Bukittinggi. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(5), 976-992. https://ecosemica.net/index.php/ECONOMICA/article/view/354

Alfathan, F., & Handayati, Y. (2024). Proposed Digital Marketing Strategy to Increase Customer Acquisition for Travel Agent Company. *International Journal of Current Science Research and Review,* 7(2), 1339-1348. https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i2-52.

Amanda, A., Arisandi, Y., & Hartini, K. (2026). Analisis Strategi Pemasaran 4P (product, price, place, and promotion) Terhadap Pencapaian Target Seat Keberangkatan Umrah: Pendekatan SWOT pada PT Berkah Utama Travel Bengkulu. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(1), 357–377. https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.30783.

Andini, S. F., & Waluyo, M. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode CSI dan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*. https://doi.org/10.33005/juminten.v3i1.373.

Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2023). Manajemen Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaahh Haji dan Umrah pada PT. Tour and Travel Auliya Perkasa Abadi di Pasaman Barat. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(2), 1–10. https://doi.org/10.32332/multazam.v3i2.7470.

Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5). https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.

Anugrah, F., & Firdaus, D. (2021). Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Umrah Berbasis Web (Studi Kasus PT Ameera Mekkah Travel Cabang Tangerang). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 10(1). https://doi.org/10.22441/format.2021.v10.i1.006.

Anwar, S., & Hilpiah, D. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Umrah Berbasis Web pada Nurrahma Tour & Travel. *Jurnal INTI Nusa Mandiri*. https://doi.org/10.33480/inti.v15i1.1518.

Arsha Dewi & Donny. (2024). Analisis Strategi Bisnis Kuliner Pemasaran pada (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1), 5-23. https://doi.org/10.62108/great.vlil.477.

Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194. https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834.

Arvita, Y. (2021). Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Travel Haji dan Umrah. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*. https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2021.15.1.964.

Azzahra, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Bubur Ibu Masudah. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1). https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.569.

Azzahro, S., Effendi, A., & Sulistyowati, S. (2025). Penerapan Strategi Pemasaran 5P untuk Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah di PT. Sahabat Wisata Iman Sukoharjo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)*, 7(1), 20–35. https://doi.org/10.24014/jrmdk.v7i1.35745.

Bahri, S., & Rosandy, A. B. (2025). Strategi Bauran Pemasaran *(Marketing Mix 4P)* dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2). https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i2.1515.

Basya, D., & Basya, M. M. (2025). Evaluating Islamic Marketing Strategy of Hajj–Umrah Travel in Digital Era: Mengevaluasi Strategi Pemasaran Syariah Travel Haji–Umrah di Era Digital. *Academia Open*, 10(2). https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10979.

Bobi, Y. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 85–96. https://doi.org/10.37423/jpm.v4i2.214.

Boddy, D. (2020). *Manajemen: Menggunakan Praktik dan Teori untuk Mengembangkan Keterampilan* (Edisi ke-8). Pearson.

Borgo, & Anisah, A. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Paket Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jemaah Umrah di PT. Seroja Era Wisata Padang Panjang. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(3). https://ejurnals.com/ojs/index.php/jimk.

Company Profile PT Haifa Nida Wisata Karawang. (2024). *Dokumen Tentang Perusahaan Hal 2*. haifanidaofficial.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concept and Cases.* (16th ed.). Pearson Education.

Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call for Papers*. Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang, hlm. 711-718.

Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (7th ed.). BPFE.

Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 120–136. https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.690.

Dyandra, Q. (2021). Promotion and Marketing Role in Increasing Umrah Packages Sales PT Turisina Buana. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1), 45–60. https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/1234.

Eva, E. S., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran* (A. Afwa, Ed.). UIR Press.

Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–572. https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565.

Febrian, W. D., & Sari, O. H. (2024). The Role of Green HRM in Optimizing Management Performance in Umrah Travel Companies: Literature Review in Umrah Travel. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(5), 1–10. https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i5.3401.

Fikri, N., Saputra, E., Syaifullah, S., Fronita, M., & Marsal, A. (2024). Implementasi Layanan Payment Gateway pada Sistem Informasi Travel Haji dan Umrah. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*. https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i3.40637.

Fitri, F. (2026). Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Agen Travel Umrah dan Haji Tomboati Malang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 12(2), 1–10. https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i2.5843.

Fitriani, D. (2025). Analisis Pemasaran Travel Umrah melalui Partnership dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah di PT Amanah Safari Internasional Asafi Tour Bengkulu. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 976–990. https://doi.org/10.30651/jms.v10i2.25941.

Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58.

Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan Pengaruhnya terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21–38. https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.23.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *E-journal Productivity*, 2(1), 69–72. https://doi.org/10.35797/ejp.v5i3.54692.

Halobo, E. B., Yulismi, & Afiati, L. (2025). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Handayani, W., Fatchurrohman, M., & Supriadi, I. (2025). Strategi Pemasaran Travel Umrah dan Haji dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah pada PT. Ebad Alrahman Wisata. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 2(2), 45–60. https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/1627

Harun, A. B., & Othman, B. (2021). The Effect of Umrah Service Quality on Umrah Customer Satisfaction and Umrah Customer Loyalty: Evidence from Umrah Travel Agents in Malaysia. *Technium Social Sciences Journal*. https://doi.org/10.47577/tssj.v22i1.4329.

Hassan, A., Siregar, H., & Wibowo, A. (2021). Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Strategi Bisnis Perusahaan. *Jurnal Ekonomi & Strategi Bisnis*, 18(1), 40–52. https://doi.org/10.36423/jesb.v18i1.684.

Haykal, M. N. (2024). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Jemaah Haji & Umrah Berbasis Website pada Travel PT. Nur Mekahiyah Wisata. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*. https://doi.org/10.37859/coscitech.v5i2.7609.

Herfita, D., Widyastuti, T., & Gustari, I. (2017). Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa. *Jurnal Eksekutif*, 14(2).

Hidayat, R. T., Wulandari, S., & Azizi, S. D. N. (2023). Ibadah haji dan umrah dikaji berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam*, 3(2), 145–162. https://doi.org/10.14421/komparatif.v3i2.2985.

Himma, F. (2022, April 5). *Majoo*. Retrieved from majoo.id: https://majoo.id/solusi/detail/positioning-adalah

Himpuh News. (2024). *Lebih Dekat, Lebih Baik: PT Haifa Nida Wisata Karawang*. himpuh.or.id.

Hooley, G., Piercy, N. F., & Nicoulaud, B. (2020). *Marketing Strategy and Competitive Positioning* (6th ed.). Pearson Education.

Ilyasa, N. (2018). Pengaruh Tempat Usaha, Display Produk Dan Personal Selling Secara Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Batik Desa Trusmi Kabupaten Cirebon Tahun 2018. *Inklusif (Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi Dan Hukum Islam)*, 3(2), 106–120. https://doi.org/10.24235/inklusif.v3i2.2885.g1930

Imon, W., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Dan Kegagalan Pada Strategi Pemasaran Toko Sepatu Payless Cabang Megamall. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1308–1317. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20123

Imtihanah, A. N., & Cahyono, K. (2022). Strategi Pemasaran Biro Umrah dan Haji pada Masa Pandemi COVID-19. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2). https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5375.

Inayati, T. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi kasus UMKM produk sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III*, 217–225. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

Indriantini, E. H., Purnomo, D., & Mardawati, E. (2019. Perancangan Model Bisnis Bidang Kosmetik Rias pada Usaha Rintisan Phebee Lip Balm menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(2), 299. https://doi.org/10.24843/JRMA.2019.v07.i02.p13.

Iqbal, M., & Murtani, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Price terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Produk Umrah pada PT. Mahabbah Islamic Tour dan Travel. *Jurnal EMT KITA*. https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.1912.

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Hanika, I. (2021). *Manajemen Pemasaran.* Widina Bhakti Persada Bandung.

Ismail, I. F. (2026). Implementasi Perencanaan Strategis Berbasis Matriks SWOT pada Agen Perjalanan Umrah Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Ekodestinasi*. https://doi.org/10.59996/ekodestinasi.v3i2.657.

Izzah, S. Nailil. (2025). Strategi Bauran Pemasaran Produk Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Calon Jemaah pada PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. *Repository UIN Salatiga.* e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/.

Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya analisis SWOT dalam suatu perencanaan dan pengembangan bisnis. *IJESPG: International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government*. https://doi.org/10.26638/ijespg.113.

Joung, O. W., & Sulistiadi, W. (2023). Efektivitas Strategi Segmenting, Targeting, Positioning terhadap Pelayanan Kesehatan: Literature review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*. https://doi.org/10.56338/mppki.v6i6.2931.

Khairunnisa, Daryanto, A., & Kirbrandoko. (2019). Strategi Pengembangan Pengelolaan Pasar oleh Perusahaan Daerah Pasar Pakuan Jaya: Pendekatan bisnis model kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 5(3), https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.501.

Kementerian Haji dan Umrah Republik Indonesia. (2025). *Data Komparatif Perkembangan Jumlah Jemaah Umrah Indonesia Periode 2023–2025*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah melalui Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus (SISKOPATUH).

Kementerian Sekretariat Negara. (2025). *Perpres 92/2025 tentang Kementerian Haji dan Umrah.* JDIH Kementerian Sekretariat Negara https;//www.setneg.go.id/baca/index/inilah_perpres_92_2025_tentang_kementerian_haji_dan_umrah.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. (Bob Sabran, Penerjemah; Edisi ke-15). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing.* (18th ed., Global ed.). Pearson Education Limited.

Kristantyo, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.189.

Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74. https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175

Laga, M. L., Kurniawati, Fanggiade, R. (2025). Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha: Studi kasus Rumah Makan Geprek Bensu Kota Kupang. *GLORY: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(1), 217-229. https://doi.org/10.35508/gloryv6i1.18956.

Lestari, O. (2024). Umrah service information system at El-Fajr Palembang. *Journal of Computer Science Application and Engineering (JOSAPEN)*, 2(1), 1–10. https://doi.org/10.70356/josapen.v2i1.24.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital *Marketing* Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301.

Lestari, P. I. (2024). Perancangan sistem informasi pendaftaran umrah berbasis framework pada PT. Maheer Travel. *Jurnal ICT: Information Communication & Technology*, 24(1). https://doi.org/10.36054/jict-ikmi.v24i1.267.

Lianovanda, D. (2022). *Skill Academy*. Retrieved from blog.skillacademy.com: https://blog.skillacademy.com/target-market-adalah

Lystia Rut Winasis, C., Halimah Sandra Widianti, & Baruna Hadibrata. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Management Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410. https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957

Maradita, R., & Aprirachman, A. (2024). Pengembangan business model canvas pada destinasi wisata pantai Balikpapan Timur. *Jurnal Toba: Journal of Tourism and Business*, 3(1), 12–25. https://journal.literasisains.id/index.php/toba/article/download/5965/2267/27514

Mashuri & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205.

Mashudi Azrullah, M., Prasetyo, I., & Indrawati, M. (2020). Analisis tingkat kepuasan jemaah umrah terhadap pelayanan prima di PT. Yamasa Tour & Travel Umrah dan Haji Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*. https://doi.org/10.37504/jmb.v3i2.242

Masitah, D. (2015). Dinamika Bisnis Travel Umrah se Kota Pasuruan di Era Globalisasi. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*. https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v2i2.850.

McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2015). *Organizational Behavior: Emerging Knowledge.* Global Reality (7th ed.) McGraw-Hill Education.

McCharty, E. J. (1950). *Basic Marketing : A Managerial Approach.* Richard D.Irwin

Meijaya, P. S., Nugraha, N. R., Rizal, A., Mubarrok, M. L., & Alfiana, A. (2026). Analisa Manajemen Risiko pada Travel Umrah Menggunakan Matriks Manajemen Risiko: Studi kasus "Travel Umrah Rawda Cahya Multazam" di Kota Bandung. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*. https://doi.org/10.63822/n2gkra05

Melati, N. S. (2021). Analisis Strategi Marketing Mix untuk Menarik Minat Jemaah Umrah. *Ithisom: Jurnal Ilmiah Kajian Hukum dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 1–15. https://ejournal.staialutsmani.ac.id/index.php/ithisom/article/download/176/108/623

Meysha Putri. (2025). dan Efektivitas Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Paket Umrah PT Masitoh Travel Qolbi Medan. (2025). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i2.7146.

Miftakhul J, Anisa Nur Faizah, & Vania Eka Puspita. (2024). Pentingnya Analisis SWOT dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9-17. https://doi.org/10.26638/ijespg.113.

Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *Iltizam Journal of Islamic Economic Research*, 1(1), 73–92. https://doi.org/10.30739/iltizam.v1i1.92.

Mujito. (2023). *Manajemen strategik dengan pendekatan analisis SWOT*. Wawasan Ilmu.

Mustofa, M. B., Wuryan, S., & Harsono, W. (2022). Analisis Manajemen Pelayanan pada Calon Jama'ah Haji dan Umrah (PT. Daanish Mika Salsa Tours and Travel). *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2). https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5377.

Mutmainah, N. (2023). Strategi Pemasaran Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT Zhafirah Mitra Madina Yogyakarta. *Repository Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.* Repositori UIN Sunan Kalijaga. https://digilib.uin-suka.ac.id/.

Muzakkir. (2025). Religius Marketing dalam Bisnis Travel Haji dan Umrah (Studi kasus PPIU Jember). *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(2), 120–135. https://doi.org/10.31004/tasharruf.v5i2.3419.

Muksin, A., Silalahi, C., Cahya, R. N., Febriansyah, M. S. L., & Mega, R. (2023). Perspektif Evolusi Teori Organisasi bagi Organisasi di Masa Depan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisipline,* 1(10). https://doi.org/10.5281/zenodo.10200862.

Naad, A., Sazali, M. A., & Utami, T. N. (2024). Efektivitas Pelayanan Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah. Tadbir: *Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(2), 299-242. https://doi.org/10.15575/tadbir.v6i2.33912.

Nazaruddin, H. M. N., Andreas, R., & Hidayat, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Perspektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada Pt. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah). *Nizham: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 81–98. https://doi.org/10.32332/nizham.v8i1.2307.

Novia, C., Pasaribu, R. D., Sutjipto, M. R., & Bustomi, D. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) CV Munjul Jaya Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 856–871. https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2425.

Noviyanti, D. (2017). Pentingnya Kepuasan Pelanggan Bagi Travel Haji dan Umrah di Banjarmasin. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v16i31.1754.

Nurdianasari, R., & Md. Saad, N. H. (2025). A systematic review of personalization strategies in e-commerce: Examining their impact on customer experience and purchase behavior. *Jurnal Bisnis Strategi*, 34(2), 81-87. https://doi.org/10.1470/jbs.34.2.81-87

Nurohman, D., Sari. (2023). Marketing Strategy of Umrah Travel Agent and Religious Attitude in Indonesia. *International Journal of Scientific Research and*

Management (IJSRM), 11(2), 4528-4537. https://doi.org/10.18535/ijsrm/v11i02.em02.

Oktaviana, T., Mawahib, M. M., & Taufik, A. (2019). Analisis Strategi Penjualan Barang Komoditas di Swalayan Surya Gondang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Qawania: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 163–182. https://doi.org/10.21043/qawania.v3i2.6394.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis* (Terjemahan Natalia Sutrisno). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing strategy: Based on first principles and data analytics*. Palgrave Macmillan.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2016). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (Edisi 14, Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.

Pratama, P. A., & Fauziya, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Segmentation, Target, Positioning (STP), dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(4), 1500–1511. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2588.

PT Haifa Nida Wisata Karawang. (2026). *Brosur dan Dokumen Internal Pengadaan Tiket Penerbangan Umrah.*PT Haifa Nida Wisata Karawang, haifanidaofficial.co.id.

PT Arminareka Perdana. (2024). *Profil Perusahaan dan Laporan Keberangkatan Jemaah Umrah Nasional*. Arminareka Perdana Official. https://arminarekaperdana.co.id.

PT BFI Finance Indonesia Tbk. (2024). Peluang Bisnis Travel Umrah: Menguntungkan dan Penuh Berkah. *BFI Finance blog*, https://www.bfi.co.id/id/blog/peluang-bisnis-travel-umrah-menguntungkan-dan-penuh-berkah.

Purwanto, Agus. (2020). Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Produk dan Jasa dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 45-58. https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.4321.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950.

Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks QSPM: Studi Kasus pada Bisnis Banjjagim.id. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 284–289. https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18434.

Putri, P. A., & Fauziya, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Segmentation, Target, Positioning (STP), dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Jas Hujan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(4), 1500-1511. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2588.

Putriana, I. D. (2021). Strategi Penjualan Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Rumah Makan Sambal Desa Kota Bengkulu). *Repositori IAIN Bengkulu*. https://repository.iainbengkulu.ac.id/6626/.

Rafiky, I., & Novarika, W. (2025) Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT (Strength Weakness Opportunity Threats) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 3(3), 328-347. https://doi.org/10.56211/blendsains.v3i3.768.

Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), 109-113. https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705.

Ramadhan, M. R. (2025). Pengaruh Kepemimpinan, Inovasi, dan Sumber Daya terhadap Keberhasilan Strategi Bisnis. *Jurnal Dinasti Accounting Review*, 2(4). https://doi.org/10.38035/dar.v2i4.

Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen dan Teknologi. *Journal Dinasti Information and Technology*, 2(4). https://doi.org/10.38035/dit.v2i4.

Rangkuti, F. (2021). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI* (Cetakan ke-21). Gramedia Pustaka Utama.

Rante, M. W., & Suardana, W. (2024). Analysing Facebook as a promotional Tool of Umrah Service: A study at PT. Jasiyah Travel Service Makassar. *Proceedings International Conference on Marine Tourism and Hospitality Studies*. https://doi.org/10.33649/iconmths.v1i1.386.

Reyhan, A. S., Pasigai, M. A., & Salam, A. (2025). SWOT Analysis and Marketing Strategy in Hajj and Umrah Travel Business PT Prima Unggul Global Representative Maros. *Balance: Jurnal Ekonomi*, 21(1). https://doi.org/10.26618/jeb.v21i1.18629.

Ridho, Z., & Ajizah, N. (2024). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Umrah untuk Peningkatan Kuantitas Calon Jemaah Umrah PT Nur Haramain Mulia. *Jurnal Adl Islamic Economic: Kajian Ekonomi Islam*, 5(1), 81-93. https://doi.org/10.56013/adl.v5i1.2618.

Risdiyanto, A. A., Fauziah, W., & Hafidz, A. (2024). Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jemaah Umrah pada Agta Mandiri Tour Travel. *Jurnal Rayah Al-Islam,* 8(3), 1–10. https://doi.org/10.37274/rais.v8i3.1053.

Rizal Utami, P., Hindarsah, I. A., Kusumastuti, S. Y., Syarwery, N., & Yutanto, H. (2024). *Bisnis Model Canvas: Mendesain Rencana Bisnis yang Inovatif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Robbins, S. P. (2003). *Organizational Behavior (10th ed.).* Prentice Hall.

Rompanen, J. (2021). *Segmentation, Targeting, & Positioning (STP)*. Helbus.

Rosita, R., & Wisudarini, I. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing). *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 109–126. https://doi.org/10.36555/almana.v1i3.408.

Sa'adah. (2021). Umrah and Hajj Travel Marketing Strategies in Maintaining Business. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(2), 112–128. https://doi.org/10.15408/ess.v11i2.18976.

Safitri, A. N. (2023). Perumusan Strategi Usaha Menggunakan IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 13(1). https://doi.org/10.37932/j.e.v13i1.673.

Santiani. (2025). *Analisis SWOT*. PT Mifandi Mandiri Digital. ISBN: 978-634-7226-14-3.

Sari, N. (2025). Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 4(1). https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.787.

Sibuea, M. (2019). Analisis Kualitas dan Pemasaran Produk Makanan Kaleng XYZ dengan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 9P. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri Prima (JURITI PRIMA)*, 3(1), 23–29. https://doi.org/10.34012/juritiprima.v3i1.748.

Sihombing, M. O., & Nawaningtyas, N. P. (2024). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi untuk Meningkatkan Payment Collection (Studi Kasus pada PT Zenith Utama Mandiri). *Jurnal Sains dan Teknologi (JSIT)*. https://doi.org/10.47233/jsit.v4i3.2298.

Siregar, H., & Samosir, J. (2022). Analisis Implementasi Teori Organisasi dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(2), 115-128. https://doi.org/10.29244/jmo.v13i2.

Sulfahmi, Nur. (2023). Strategi Pemasaran Produk Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah pada PT. Fayyash Abdi Umat Makassar. *Repositori UIN Alauddin Makassar.* http://repositori.uin-alauddin.ac.id/.

Susilowati, E. (2022). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Omset Penjualan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(11), 3705–3712. https://doi.org/10.47492/jip.v2i11.1449.

Suradi, A. (2018). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis. *Jurnal OSF Preprints*. https://doi.org/10.31227/osf.io/c8wv6.

Sukma Melati, N. (2021). Strategi Marketing Mix Travel Agent dalam Menarik Minat Calon Jemaah Haji dan Umrah di Metro (Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus). *Repositori Institut Agama Islam Negeri IAIN Metro.* Repositori IAIN Metro. https;//repository.metrouniv.ac.id/.

Syaputra, L., & April, M. (2025). Analisis Pengawasan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Kota Pekanbaru. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi dan Bisnis Islam*. https://doi.org/10.21274/sosebi.v5i1.10865.

Syamsiyah, N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Umrah pada Travel Smarts Umrah Lampung. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(1), 1-11. https://doi.org/10.32332/multazam.v3i1.5399.

Tari, A. W., & Furyanah, A. (2024). Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Penjualan Jasa pada Travel PT Fio Amanah Perdana. *Jurnal Perkusi*, 4(3). https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v4i3.40966.

Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland, A. J. (2020). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases* (22nd ed.). McGraw-Hill Education.

Tridyanthi, K., & Aidhawani. (2023). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 2(1), 151–158. https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1614.

Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1–10 https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829.

Wasik, M. F., & Nulhakim, L. (2021). Sistem Pelayanan Jemaah Haji dan Umrah Berbasis Web pada Adzikra Tour & Travel PIP Al Madinah CBD Ciledug. *Jurnal Sistem Informasi*. https://doi.org/10.51998/jsi.v9i1.415.

Widjaya, Pieter. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *Jurnal Agora*, 5(1). https://media.neliti.com.

Wijaya, L. E., & Indriyani, R. (2016). Analisis Business Model Canvas pada CV. Kayu Murni Surabaya. *Jurnal Agora*, 3(2), 304–313. https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/3592.

Wijaya, K. D. (2021). Strategi Promosi Paket Ibadah Umrah Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru. *Repositori UIN Suska Riau.* https://repository.uin-suska.ac.id.

Wirawan, S. Christantyawati, N., & Maella (2025). Efektivitas Digital Marketing dalam Pemasaran Paket Umrah. *Gudang Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 1(2), 34–48. https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/download/1687/1626/4172.

World Economic Forum. (2023). *Digital transition framework: An action plan for public-private collaboration*. World Economic Forum. https://www.weforum.org/docs/WEF_Digital_Transition_Framework_2023.pdf.

Yunda, Q. N., Mailin, M., & Efendi, E. (2023). Manajemen PT. Grand Darussalam Tour & Travel dalam Memberikan Pelayanan Prima Jemaah Haji dan Umrah di Kota Medan. *EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 1–10. https://doi.org/10.56832/edu.v2i3.269.

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506-515. https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289.

Zain, R. A., & Sugiharto. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah pada PT Sakinah Mandiri Cibinong Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 33-47. https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd/article/view/34623.

Zaman, A. M., & Aulia, L. R. (2024). Efektivitas Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah Haqeem Travel. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 12(2), 1–10. https://doi.org/10.15408/jmd.v12i2.40958.

Zulkifli, A., Delina, E., Sabna, E., Mardeni, M., & Yulisman. (2024). Aplikasi Pemesanan Paket Umrah Berbasis Mobile pada Annajwa Islamic Tour & Travel Riau di Pekanbaru. *RJOCS (Riau Journal of Computer Science)*, 10(1), 21–37. https://doi.org/10.30606/rjocs.v10i1.2429.