

DAFTAR PUSTAKA

- Ainatun Nabihah Mohd Shukri, Kalsitinoor Set, & Azizul Yadi Yaakop. (2019). Muslim Travellers' Perception on Quality of Service by Umrah and Hajj Travel Agencies in Malaysia. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.46754/umtjur.v1i1.47>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, N, 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amalia. Nurul Izza dan Munawaruzaman. Ahmad. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Vip Pada PT. Al Amin Universal Tours, Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(1), 8–35. <https://doi.org/10.15408/jmd.v10i1.27796>
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1(1), 249–267. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3880>
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Didik. E.P, Iskandar. R, L. L. (2022). Strategi Travel Haji dan Umrah Indonesia dalam Menghadapi Dampak Covid 19. *Competence: Journal of Management Studies*, 16(1), 80–86.
- 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. 1(November), 275–288. <https://doi.org/10.22441/jfm.v1i3.17637>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawati, Prajanti. SCW, K. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11.
- Hidayat, T. (2022). Strategi Pemasaran Produk Al Multazam Group Dalam

Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Selama Pandemi Covid-19. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(2), 163.
<https://doi.org/10.32332/multazam.v2i2.5858>

Himpunnews. (2024). *Indonesia Kirim 1,3 Juta Jemaah Umrah pada 2023, Paling Banyak dari Provinsi Jawa Barat!*
<https://himpun.or.id/blog/detail/1486/indonesia-kirim-13-juta-jemaah-umrah-pada-2023-paling-banyak-dari-provinsi-jawa-barat>

Imamah. Ade Irma, W. S. W. (2024). *Tantangan Platform Nusuk dalam Meningkatkan Pelayanan Haji dan Umroh*. 1–13.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Laporan Kinerja Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah Tahun 2023*. 1–121.

Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

Kotler. Philip & Keller. Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson France.

Mardiansyah, L., & Ekowati, S. (2024). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Kering Tiara Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 234–247.
<https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5967>

Masterida, F. (2023). Hubungan Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen: Model Konseptual. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 521–526.
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.702>

Moenir, H. (2017). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nurhabibah, D. (2022). *Strategi Manajemen dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh (Studi Kasus pada Alhijaz Tour Bandar Lampung)*. 2(1), 18–36.

Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2019). Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction.

International Journal of Engineering Technologies and Management Research, 6(6), 51–62. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i6.2019.393>

Rasyiddin, A., Rini, E. S., & . F. (2022). The Influence of Service Quality, Product Quality, Price and Promotion on AyamPenyet Jakarta (APJ) Purchase Decisions on SM Raja Medan Branch. *International Journal of Research and Review*, 9(1), 392–398. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220146>

Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.

Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>

Saputra, Marhen & Wibasuri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Konsumen Di Mc Donald's Kedaton Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14, 37–51.

Siswandi. F, Muharam. Hari, H. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, Vol. 18 No(1). <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta. Pustaka Baru.

Teixeira, E. A., Kallas, R. M., & Dias, M. de O. (2024). Consumer Purchase Behavior: A Systematic Literature Review. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(2), 121–131. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0472>

Tjiptono Fandy, G. C. (2015). *Service, Quality & Satisfaction (3rd ed.)* (Yogyakarta).