

DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, M., & Herianingrum, S. (2015). Pengaruh Harga Paket Umroh, Tingkat Inflasi, dan Kurs Rupiah Pada Dollar Terhadap Permintaan Jasa Umroh di Surabaya Periode 2011-2013. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(11).
- Aminah, S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jamaah Umrah PT. Annajwa Islamic Tour And Travel Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Amphuri. (2020, Februari 08). *Jumlah Jamaah Umrah Indonesia dari Tahun ke Tahun*. Diambil kembali dari www.amphuri.org.
- Annas, S. N. (2019). Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Paket Umrah di PT. Smevasindo Holiday Pekanbaru. *JOM FISIP*, Vol.6, 3.
- ASITA Jawa Barat. (2020, Juli 06). *Active Member ASITA*. Diambil kembali dari <http://asita-jabar.org/active-member-asita/>.
- Atmadja, F. S. (2019). *Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titiannusantara Pelangi Di Jakarta Pusat*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2020, Juli 04). *Kota Bandung Dalam Angka 2020*. Diambil kembali dari <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2020/04/27/0a1cfa49906db067b3fb7e5e/kota-bandung-dalam-angka-2020.html>.
- Baharuddin, B. (2020, Februari 09). *Akreditasi PPIU, Terobosan Pembinaan Travel Umrah*. Diambil kembali dari www.kompasiana.com.
- Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. (2020, Juli 02). *Asal Muasal dan Sejarah Bandung*. Diambil kembali dari <http://disdik.jabarprov.go.id/news/461/asal-muasal-dan-sejarah-bandung>.
- Direktorat Bina Umrah dan Haji Khusus Kementerian Agama Republik Indonesia. (2018). *Pencarian PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah)*. Diambil 8 Februari 2020, dari simpu.kemenag.go.id
- Direktorat Bina Umrah dan Haji Khusus – Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020, Februari 09). *Statistik Data Pengaduan*. Diambil kembali dari simpu.kemenag.go.id.

Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah - Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020, Juli 06). *Estimasi Waiting List Jamaah Haji*. Diambil kembali dari <https://haji.kemenag.go.id/v4/waiting-list>.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah, bagian pertama pasal 3.

Ferdiansyah, I. (2020, Juni 19). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh. (S. Azyani, Pewawancara)

Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 103179.

Girsang, L. N. (2019). *Pengaruh Model Pembelajaran Think Pair Share Terhadap Kemampuan Siswa Menemukan Gagasan Utama Pada Teks Deskripsi Di Kelas Vii SMP Negeri 21 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020.*

Hasan, H. (2015). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Paket Umroh (Studi Kasus: PT. Amanah Iman). *Proceedings Konferensi Nasional Sistem dan Informatika (KNS&I)*.

Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180.

Hermawan, H. (2020, Juni 26). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh. (S. Azyani, Pewawancara)

Imadudin, D. (2012). *Mengenal Haji*. PT. MAPAN.

Izzati, F. (2017). *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Travel Haji Dan Umrah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir).*[SKRIPSI]. UIN Raden Fatah Palembang.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2020, April 06). Diambil kembali dari <https://kbbi.web.id/inisiator>.

Kang Manul. (2015). *Cara Cepat, Tepat & Hemat Pergi Umroh*. Worldwide.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (22, Februari 2020). *Daftar Tunggu Haji di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://haji.kemenag.go.id/v3/basisdata/waiting-list>.

- Khambali. (2020, Juli 15). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh. (S. Azyani, Pewawancara)
- Khoiruddin, K. (2013). Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 311–333.
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran: Marketing Management 9e*. PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusuma, L. A. W. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pedagang Pasar Dolopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo)*. IAIN Ponorogo.
- Keputusan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Nomor 323 Tahun 2019, Bab I Pengertian umum.*
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPKN.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Munib, E. M. (2019). *Pengaruh Brand Equity, Service Quality dan Promotion Mix terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Umrah dan Haji Plus PT. Arofah Ahmina Kantor Cabang Tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri.
- Mustakim, A. (2018). *Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap proses pengambilan keputusan menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang*. UIN Walisongo Semarang.
- Nugroho J. Setiadi. (2003a). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.
- Pardiansyah, D. (2020, Juni 23). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh. (S. Azyani, Pewawancara)
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2020, Juli 02). *Visi dan Misi Kota Bandung*. Diambil kembali dari <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1060>.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah, Pasal 1 ayat 2.*

- Putri Amroh Mustaidah, S., & Anwar, K. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Rachman, R. (2019). Penerapan Metode AHP Untuk Menentukan Kualitas Pakaian Jadi Di Industri Garment. *Jurnal Informatika*, 6(1), 1–8.
- Rahmayanti, R. (2010). *Analisis pemilihan supplier menggunakan metode analytical hierarchy process (ahp)(studi kasus pada PT Cazikhal)*.
- Rosyadi, F. F. (2020, Juni 24). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh. (S. Azyani, Pewawancara)
- Santoso, B., Harianto, H., & Sumanto, S. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Paket Umroh Menggunakan Metode Ahp Pada Pt Shabilla Eraldo Utama. *JIMP-Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 4(2).
- Sharvina, S. (2019). *Pengaruh Sosial, Budaya, dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sugiyono. (2003b). *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, Pasal 1 ayat 2.*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan, Bab I Pasal 11.*
- Usman, H., Sobari, N., & Sulthani, E. A. (2020). *Islamic Marketing: Sebuah Pengantar*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*, Vol.01. No.01.
- Zainal, V. R., Djaelani, F., Basalamah, S., Yusran, H. L., & Veitzhal, A. P. (2017). *Islamic Marketing Management*. Bumi Aksara.