

## 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](http://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](http://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](http://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](http://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.