



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**STRATEGI *WORD OF MOUTH* MARKETING  
PADA AYU AMANAH NUSANTARA TOURS AND  
TRAVEL SIDOARJO DENGAN MENJADIKAN  
ALUMNI JEMAAH SEBAGAI PUSAT INFORMASI  
UMRAH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, guna memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

**Yani Alvia**

**NIM. 04020420052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yani Alvia  
NIM : 04020420052  
Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Strategi Word of Mouth Marketing Pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Sidoarjo Dengan Menjadikan Alumni Jemaah Sebagai Pusat Informasi Umrah** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Surabaya, 15 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Yani Alvia

NIM. 04020420052

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Yani Alvia  
NIM : 04020420052  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Strategi *Word Of Mouth Marketing* Pada  
Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel  
Sidoarjo Dengan Menjadikan Alumni  
Sebagai Pusat Informasi Umrah

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 13 Desember 2023  
Menyetujui Pembimbing



Airlangga Bramayudha,MM.  
NIP. 197512142011011005

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

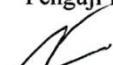
STRATEGI WORD OF MOUTH MARKETING PADA AYU  
AMANAH NUSANTARA TOURS AND TRAVEL  
DENGAN MENJADIKAN ALUMNI JEMAAH SEBAGAI  
PUSAT INFORMASI UMRAH

Disusun Oleh  
Yani Alvia  
04020420052

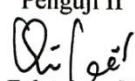
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
Pada tanggal 22 Desember 2023

### Tim Penguji

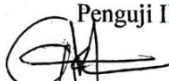
Penguji I

  
Airlangga Bramayudha, M.M  
NIP. 197512142011011005

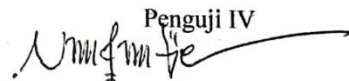
Penguji II

  
Aun Falestien Faletehan, MHRM, Ph.D  
NIP. 198205142005011001

Penguji III

  
Yunita Ardita, S.Kom., M.MT  
NIP. 199206042020122015

Penguji IV

  
Novie Andriani Zakariya S.Sos., M.E.  
NIP. 202111009

Surabaya, 1 Januari 2024

Dekan,



Dr. Moch. Cholil Arif, S.Ag., M.Fil.I  
NIP. 197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yani Alvia  
NIM : 04020420052  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Prodi Manajemen Dakwah  
E-mail address : yanalvia985@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  (Lain-Lain)

yang berjudul :

Strategi Word Of Mouth Marketing Pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel

Dengan Menjadikan Alumni Jemaah Sebagai Pusat Informasi Umrah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Januari 2024

Penulis

( Yani Alvia )

## ABSTRAK

Yani Alvia, 2023. Strategi *Word Of Mouth Marketing* Pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Sidoarjo Dengan Menjadikan Alumni Jemaah Sebagai Pusat Informasi Umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *word of mouth marketing* pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Sidoarjo dengan menjadikan alumni jemaah sebagai pusat informasi umrah serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi *word of mouth marketing* pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel dengan menjadikan alumni jemaah sebagai pusat informasi umrah. Untuk menjawab kedua persoalan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh secara mendalam dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *word of mouth marketing* pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel dengan menjadikan alumni jemaah sebagai pusat informasi umrah meliputi beberapa langkah, yaitu: menciptakan pelayanan yang prima, program yang kreatif untuk alumni jemaah, adanya komunitas grup alumni jemaah yang telah menjadi agent pusat informasi, penawaran eksklusif, memastikan alumni merasa yakin merekomendasikan layanan yang memiliki reputasi yang baik, dan menjaga komunikasi. Serta faktor yang menjadi pendukung dalam proses terlaksananya *word of mouth marketing* pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel, antara lain : pengalaman pribadi alumni jemaah yang positif, komintas dan jaringan jemaah, serta inisiatif jemaah. Sedangkan faktor yang menjadi penghambatnya adalah kontrol yang sulit untuk terus

menciptakan WOMM yang positif dan ketidakmampuan agent dalam menyampaikan informasi.

Kata Kunci: Word of Mouth Marketing, Alumni Jemaah, Pusat Informasi Umrah



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **ABSTRACT**

*Yani Alvia, 2023. Word of Mouth Marketing Strategy at Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Sidoarjo by Making Congregational Alumni a Center for Umrah Information.*

*This research aims to find out how the word of mouth marketing strategy at Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel is by making the congregation's alumni the Umrah information center as well as the supporting and inhibiting factors in implementing the word of mouth marketing strategy at Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel by making the congregation's alumni as Umrah information center. To answer these two questions, researchers used a qualitative method approach with a descriptive type. Data collection techniques were obtained in depth using in-depth interviews, observation and documentation.*

*The results of this study indicate that the word of mouth marketing strategy at Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel, which involves alumni as the center of pilgrimage information, includes several steps, namely: creating excellent service, implementing creative programs for alumni, establishing a community of alumni groups that serve as information centers, offering exclusive deals, ensuring alumni feel confident in recommending services with a good reputation, and maintaining communication. Supporting factors in the implementation of word of mouth marketing at Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel include positive personal experiences of alumni, community and network of pilgrims, and pilgrim initiatives. On the other hand, inhibiting factors include difficulty in controlling to consistently create positive WOMM and the agents' inability to convey information.*



*Keywords: Word of Mouth Marketing, Congregation Alumni,  
Umrah Information Center*



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

|  |  |
|--|--|
| <b>COVER</b> .....   | <b>i</b>                               |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....                         | <b>ii</b>                              |
| <b>LEMBAR PEERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....                          | <b>Error!</b><br>Bookmark not defined. |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> Error! Bookmark<br>not defined. |  |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> Error! Bookmark<br>not defined.  |  |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> Error! Bookmark not<br>defined.i        |  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>viii</b>                            |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>ix</b>                              |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>xii</b>                             |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>xv</b>                              |
| <b>BAB I</b> .....   | <b>1</b>                               |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....   | <b>1</b>                               |
| A. Latar Belakang .....  | <b>1</b>                               |
| B. Rumusan Masalah .....   | <b>7</b>                               |
| C. Tujuan Penelitian.....  | <b>7</b>                               |
| D. Manfaat Penelitian .....  | <b>8</b>                               |
| E. Definisi Konsep .....   | <b>9</b>                               |
| 1. Strategi <i>Word of Mouth Marketing</i> .....                     | <b>9</b>                               |
| 2. Pusat Informasi Umrah .....                                       | <b>10</b>                              |
| <b>F. Sistematika Pembahasan</b> .....                               | <b>10</b>                              |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB II .....</b>   | <b>13</b> |
| <b>KAJIAN TEORITIK .....</b>  | <b>13</b> |
| A. Kerangka Teoritik .....  | 13        |
| 1. <i>Word of Mouth Marketing</i> .....                             | 13        |
| a. Definisi Word Of Mouth Marketin                                  | 13        |
| b. Strategi Word Of Mouth Marketin                                  | 17        |
| c. Manfaat Word Of Mouth Marketin                                   | 19        |
| d. Faktor Pendukung Dan Penghambat<br>Word Of Mouth Marketing ..... | 19        |
| e. Word Of Mouth Marketing<br>Perspektif Islam.....                 | 22        |
| 2. Tours and Travel Umrah .....                                     | 23        |
| 3. Alumni Jemaah Umrah .....  | 25        |
| 4. Pusat Informasi Umrah .....                                      | 26        |
| B. Penelitian Terdahulu.....  | 27        |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>34</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                      | <b>34</b> |
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....                             | 34        |
| B. Lokasi Penelitian .....  | 34        |
| C. Sumber Data .....  | 34        |
| D. Tahap-Tahap Penelitian .....                                     | 35        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                                    | 37        |
| F. Teknik Validitas Data .....                                      | 38        |
| G. Teknik Analisis Data.....  | 38        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB IV .....</b>   | <b>40</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>40</b> |
| A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....  | 40        |
| 1.....Profil Perusahaan .....   | 40        |
| 2..... Visi, Misi, Motto dan Kebijakan Mutu Perusahaan.....   | 41        |
| 3.....Struktur Perusahaan .....   | 43        |
| 4..... Paket Umrah Ayu Amanah Tours and Travel .....  | 44        |
| B. Penyajian Data.....  | 53        |
| 1...Strategi Word of Mouth Marketing Pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Dengan Menjadikan Alumni Jamaah Sebagai Pusat Informasi Umrah.....  | 54        |
| 2..... Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Menerapkan Strategi <i>Word Of Mouth Marketing</i> Pada Ayu Amanah Nusantara Tours And Travel Dengan Menjadikan Alumni Sebagai Pusat Informasi ..... | 80        |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian.....   | 83        |
| 1..... Perspektif Teori .....   | 83        |

|  |            |
|--|------------|
| a. Strategi Word of Mouth Marketing Pada Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel Dengan Menjadikan Alumni Sebagai Pusat Informasi Umrah.....   | 83         |
| b. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Menerapkan Strategi Word Of Mouth Marketing Pada Ayu Amanah Nusantara Tours And Travel Dengan Menjadikan Alumni Sebagai Pusat Informasi ..... | 92         |
| 2. Perspektif Islam.....   | 96         |
| <b>BAB V.....</b>  | <b>99</b>  |
| <b>PENUTUP.....</b>  | <b>99</b>  |
| A. Kesimpulan .....  | 99         |
| B. Saran dan Rekomendasi Peneliti .....  | 99         |
| C. Keterbatasan Peneliti.....  | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>108</b> |

### **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Ayu Amanah Nusantara Tours and Travel 2023 ..... | 43 |
| Gambar 4. 2 Perusahaan lain milik Bapak Anton Ridwan .....                       | 59 |
| Gambar 4. 3 Pamflet Program Syiar Baitullah .....                                | 62 |
| Gambar 4. 4 Kegiatan Syiar Baitullah di Jember 2023.....                         | 64 |
| Gambar 4. 5 Grup WhatsApp Kumpulan Agent dan Karyawan Travel .....               | 67 |

Gambar 4. 6 Konten yang di bagikan berupa layanan travel .. 69  
 Gambar 4. 7 Konten Bacaan Do'a yang dibagikan untuk agent  
 ..... 70  
 Gambar 4. 8 Alur pendaftaran menjadi agent pusat informasi  
 umrah ..... 86

**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 Pertumbuhan Jemaah melalui agent dan langsung 5



UIN SUNAN AMPEL  
 S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Kementerian Agama RI, Alquran dan Terjemahannya, Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran (2015)
- Ali, Hasan. *Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing*. (Yogyakarta: Medpress. 2010)
- Alhaq, Muhammad Ilham, ‘Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Mengembangkan Bisnis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelayanan Praktis Wedding Organizer)’, *Skripsi*, Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2019
- Almubaroq, Muhammad Farizi, ‘Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Konflik Kerja Pada Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kabupaten Malang’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7 (2018), 1–29
- Aprilia, R, ‘Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Jamaah Pada Intanaya Tour And Travel’, *Skripsi*, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019  
<[http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/37989%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/37989/2/Retno\\_Aprilia\\_B94216101..pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/37989%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/37989/2/Retno_Aprilia_B94216101..pdf)>
- Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari, ‘Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia’, *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17.1 (2021), 136–43  
<<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>>
- Budi Eko Prasetyo, ‘Hubungan Antara Persepsi Terhadap

Word Of Mouth (WOM) Dengan Intensi Membeli Melalui Media INternet (Online Shopping) Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Uniersitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya', *Skripsi*, Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018  
<<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065>%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=P MC394507%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>

Budiman, Angga, and Rezi Erdiansyah, 'Pengaruh Word of Mouth Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Produk CV. Anugrah Kencana Makmur)', *Prologia*, 6.1 (2022), 193–98  
<<https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10389>>

Dwiyanti, Septiyana, 'STRATEGI MARKETING MELALUI INSTAGRAM ALLIA TOUR AND TRAVEL HAJI UMRAH SURABAYA', *Skripsi*, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022

Ekanayake, Asanka, 'Word of Mouth as a Marketing Strategy in Motor Insurance Sector in Sri Lanka: Accomplishing Marketing Needs', *Global Scirntific Journals*, 9.3 (2021), 231–41  
<[https://www.researchgate.net/publication/350035211\\_Word\\_of\\_mouth\\_as\\_a\\_marketing\\_strategy\\_in\\_Motor\\_Insurance\\_sector\\_in\\_Sri\\_Lanka\\_Accomplishing\\_marketing\\_needs](https://www.researchgate.net/publication/350035211_Word_of_mouth_as_a_marketing_strategy_in_Motor_Insurance_sector_in_Sri_Lanka_Accomplishing_marketing_needs)>

Ensiklopedia, 'Jemaah', *Online Artikel*,  
<https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jemaah> di akses



pada tanggal 23 November 2023

- Fa'jriyah, Hidayatul, 'Peran Strategi Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah', *Skripsi*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2022
- Hasan, 'Word-Of-Mouth Marketing Sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran', *Jurnal Dinamika Dan Bisnis*, 6.2 (2017), 101–12
- Hidayah, Nur, Winda Nuriska, Maulin Amrina, Rosyada Jurusan, Manajemen Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis, 'Menciptakan Word of Mouth Marketing Pada Ukm La Ziesha Kitchen Di Jambi', *ABDAYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2.3 (2022), 1–6
- Irawan, Edi, 'Konsep Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis: Suatu Tinjauan Literatur', *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1.3 (2023)
- Irma, Febrianti, 'Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Jujuk OnTime Purwokerto Perspektif Ekonomi Islam', *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, 2017  
<[http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/2526%0Ahttp://repository.uinsaizu.ac.id/2526/1/COVER\\_BAB\\_I\\_BAB\\_V\\_DAFTAR\\_PUSTAKA.pdf](http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/2526%0Ahttp://repository.uinsaizu.ac.id/2526/1/COVER_BAB_I_BAB_V_DAFTAR_PUSTAKA.pdf)>
- Iswahyu, Pranawukir, *Strategi Word Of Mouth Marketing Dalam Jaringan Komunitas Mebel Sentra Pengrajin Jepara Jawa Tengah*, CV. Bintang Sejahtera, 2019  
<[https://www.researchgate.net/profile/Bahri-Bahri/publication/339527604\\_Membangun\\_Perekonomia](https://www.researchgate.net/profile/Bahri-Bahri/publication/339527604_Membangun_Perekonomia)

n\_dan\_Kewirausahaan\_Pedesaan\_Menuju\_Masyarakat\_Mandiri/links/5fbe1700299bf104cf74e251/Membangun-Perekonomian-dan-Kewirausahaan-Pedesaan-Menju-Masyarakat-Mandiri.p>

Jayanti, Safitri, 'Strategi Word of Mouth Pada Promosi Studio Foto WG Di Kabupaten Rejang Lebong', *Skripsi*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Curup, 2023

Joesyiana, Kiki, 'Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)', *Jurnal Valuta*, Vol. 4.1 (2018), 71–85

Jokhu, Jean Richard, 'Adaptasi New Entrants Menggunakan Strategi Marketing Dengan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4.1 (2020), 77  
<<https://doi.org/10.24912/jmie.v4i1.7568>>

Kumalasari, Retna 'Word of Mouth, Definisi, Faktor, dan Kelebihannya' *Majoo* <https://majoo.id/solusi/detail/word-of-mouth-adalah> diakses pada tanggal 18 Oktober 2023

Nielsen, <https://www.nielsen.com/id/news-center/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/> diakses pada 27 Oktober 2023

Noor, Muhammad, 'HAJI DAN UMRAH', *Journal Humaniora Dan Teknologi*, 4.1 (2018), 38–42

Oktini, Dede R, 'Hubungan Word Of Mouth Marketing

Dengan Loyalitas Pelanggan Produk Kesehatan Merek Xxx Di Serang Banten’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 2011, 78–95

Prasetyo, Budi, and Taopik Hidayat, ‘Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut’, *Jurnal Penelitian Ekonomidan Akntansi*, IV.1 (2019), 937–52

Puspandru, Galih Yusuf, ‘PENERAPAN METODE WISDM UNTUK MERANCANG E-TRAVEL’, *Dokumen Karya Ilmiah, Tugas Akhir*, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2015

Rezeky, Rialdo, Toruan, M L, ‘Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan’, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1.1 (2018), 155–66

Riofita, Hendra, and Mugi Harsono, ‘KOMUNIKASI WORDS OF MOUTH DALAM BIDANG PEMASARAN : Sebuah Kilas Balik Teori’, *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2.2 (2019), 273  
<<https://doi.org/10.24014/ekl.v2i2.8451>>

Robi’atul Adawiyah, Vina, Erlina Eka Wati, Nasikhin, and Fihris, ‘The Development of Indonesian Islamic Civilization During The Dutch Colonial Period’, *Indonesia Islamic Education Journal*, 1.2 (2023), 104–15  
<<https://doi.org/10.37812/iiej.v1i2.915>>

Sari, Genny Gustina, and Genny Ervina Gusti, ‘Penerapan Strategi Word To Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru’, *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.1 (2017), 17–26

<<https://doi.org/10.30656/lontar.v5i1.483>>

Sernovitz, Andy., *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* (Chicago, Ill: Kaplan Pub., 2006)

Setiobudi, Auiditia, Christina Sudyasjayanti, and Arya Asraf Danarkusuma, 'Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pleanggan Terhadap Kesiadaan Untuk Membayar', *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informastika*, 17.3 (2021), 238–52

Shafiq, <https://www.shafiq.id/berita/192/peningkatan-data-jamaah-umrah-indonesia/baca>, diakses pada tanggal 1 September 2023

Soegoto, Eddy Soeryanto, Nurul Amelia, Nada Archy Dhafina, and Wellga Berlianti, 'Utilization of Word-of-Mouth Marketing Strategy in Culinary Business', *International Journal of Research and Applied Technology*, 1.2 (2021), 439–47 <<https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.6779>>

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

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Sumardy, Marlin dan Melina. *Rest In Peace Advertising 1729-2010 a mind and soul deceiver lie teller and exaggeration expert killed by the power of word of mouth marketing*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Suprpto, 2011)

Tafsir Ibnu Katsir, dalam Syaikh Prof. Dr. Hikmat bin Basyir bin Yasin, *Fathul Karim Mukhtashar Tafsir al-Qur'an Al-*

'Adzhim. <https://tafsirweb.com/473-surat-al-baqarah-ayat-83.html> diakses pada 6 Desember 2023

Universitas Islam An Nur Lampung, 'Alumnus dan Alumni: Asal Usul dan Pemakaian yang Benar dalam Bahasa Inggris dn Indonesia', *Online Artikel*, <https://an-nur.ac.id/blog/alumnus-dan-alumni-asal-usul-dan-pemakaian-yang-benar-dalam-bahasa-inggris-dan-indonesia.html> diakses pada tanggal 23 November 2023



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A