

**EKSPLORASI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
DIGITAL MARKETING STRATEGY MELALUI APLIKASI
ANDALUS DIGITAL DALAM PROSES PENDAFTARAN
LAYANAN HAJI DAN UMRAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh
Muhammad Ismail
04040422093



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
SURABAYA
2026**

**PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN
OTENTISITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ismail

Nim : 04040422093

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **Eksplorasi Persepsi Konsumen Terhadap Digital Marketing Strategy Melalui Aplikasi Andalus Digital Dalam Proses Layanan Haji dan Umrah** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti bahwa 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 ini.

Surabaya, 19 Desember 2025



Muhammad Ismail

NIM : 04040422093

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Muhammad Ismail
NIM : 04040422093
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Eksplorasi Persepsi Konsumen Terhadap
Digital Marketing Strategy Melalui Aplikasi
Andalus Digital Dalam Proses Pendaftaran
Layanan Haji dan Umrah

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

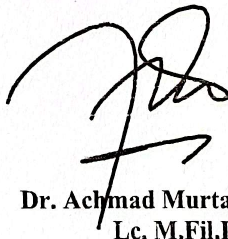
Pembimbing I



Airlangga Bramayudha, M.M

(NIP. 197912142011011005)

Pembimbing II



**Dr. Achmad Murtafi Haris,
Lc, M.Fil.I**

(NIP. 197003042007011056)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Eksplorasi Persepsi Konsumen Terhadap Digital Marketing Strategy
Melalui Aplikasi Andalus Digital Dalam Proses Pendaftaran Layanan
Haji dan Umrah

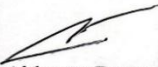
SKRIPSI

Disusun Oleh
Muhammad Ismial
04040422093

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 7 Januari 2026

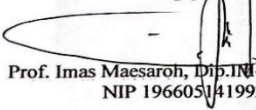
Tim Penguji

Penguji I



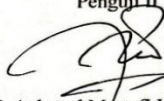
Airlangga Bramayudha, MM
NIP 197912142011011005

Penguji II



Prof. Imas Maesaroh, Dp.Lib., M.Lib., Ph.D.
NIP 196605141992032001

Penguji III



Dr. H. Achmad Murtafi Harits, M.Fil.I
NIP 197003042007011056

Penguji IV



Dr. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NIP 196610242014111001



iii



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

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax 031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uin-sby.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 : Muhammad Ismail
NIM : 04040422093
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
E-mail address : muhammadismail090401@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 (.....)
EKSPLORASI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP DIGITAL MARKETING

MELALUI APLIKASI ANDALUS DIGITAL DALAM PROSES PENDAFTARAN

LAYANAN HAJI DAN 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, 07 Januari 2026

Penulis

(Muhammad Ismail)

ABSTRAK

Muhammad Ismail, 04040422093, 2025. Eksplorasi Persepsi Konsumen terhadap Digital Marketing Strategy melalui Aplikasi Andalus Digital dalam Proses Pendaftaran Layanan Haji dan Umrah. Perkembangan teknologi digital mendorong penyelenggara perjalanan haji dan umrah untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis digital guna meningkatkan kualitas pelayanan. PT Al-Andalus Nusantara Travel memanfaatkan aplikasi Andalus Digital sebagai media informasi dan pendaftaran layanan haji dan umrah. Namun, penerapan strategi tersebut menimbulkan beragam persepsi di kalangan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap strategi pemasaran digital melalui aplikasi Andalus Digital serta mengidentifikasi pengalaman dan tantangan dalam proses pendaftaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan konsumen serta pihak internal PT Al-Andalus Nusantara Travel Surabaya. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Andalus Digital dinilai membantu mempermudah proses pendaftaran, namun masih terdapat kendala terkait literasi digital dan pemahaman fitur aplikasi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan sosialisasi berkelanjutan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: persepsi konsumen, pemasaran digital, Andalus Digital, haji dan umrah.

ABSTRACT

Muhammad Ismail, 04040422093, 2025. Exploring Consumer Perceptions of Digital Marketing Strategy through the Andalus Digital Application in the Hajj and Umrah Service Registration Process.

The development of digital technology has encouraged Hajj and Umrah travel organizers to implement digital-based marketing strategies to improve service quality. PT Al-Andalus Nusantara Travel utilizes the Andalus Digital application as a medium for information and registration for Hajj and Umrah services. However, the implementation of this strategy has generated varying perceptions among consumers.

This study aims to explore consumer perceptions of digital marketing strategies through the Andalus Digital application and identify experiences and challenges in the registration process. This research used a qualitative approach with a descriptive case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving consumers and internal parties at PT Al-Andalus Nusantara Travel Surabaya. Data validity was maintained through triangulation of sources and methods.

The results indicate that the Andalus Digital application is considered helpful in simplifying the registration process, but challenges remain related to digital literacy and understanding the application's features. Therefore, ongoing mentoring and outreach are needed to increase consumer trust and satisfaction.

Keywords: *consumer perception, digital marketing, Andalus Digital, Hajj and Umrah.*

ABSTRAK

محمد إسماعيل، 04040422093، 2025. استكشاف تصورات المستهلكين لاستراتيجية التسويق الرقمي من خلال تطبيق أندلس الرقمي في عملية تسجيل خدمات الحج والعمرة. شجع تطور التكنولوجيا الرقمية منظمي رحلات الحج والعمرة على تطبيق استراتيجيات تسويق رقمية لتحسين جودة الخدمات. تستخدم شركة الأندلس نوسانتارا للسياحة تطبيق أندلس الرقمي كوسيلة للمعلومات والتسجيل في خدمات الحج والعمرة. ومع ذلك، فقد أدى تطبيق هذه الاستراتيجية إلى تباین في تصورات المستهلكين. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تصورات المستهلكين لاستراتيجيات التسويق الرقمي من خلال تطبيق أندلس الرقمي، وتحديد التجارب والتحديات في عملية التسجيل. استخدم هذا البحث منهجاً نوعياً مع دراسة حالة وصفية. جمعت البيانات من خلال مقابلات معمقة، وملاحظة، وثائق شمل المستهلكين والأطراف الداخلية في شركة الأندلس نوسانتارا للسياحة في سورابايا. حُفظت صحة البيانات من خلال التثليث بين المصادر والأساليب. استخدم المنهج النوعي مع دراسة حالة وصفية. جمعت البيانات من خلال مقابلات معمقة، وملاحظة، وثائق شمل المستهلكين والأطراف الداخلية في شركة الأندلس نوسانتارا للسياحة في سورابايا. تشير النتائج إلى أن تطبيق أندلس ديجيتال يُعد مفيداً في تبسيط عملية التسجيل، إلا أن هناك تحديات لا تزال قائمة تتعلق بمعرفة المستخدمين بالتقنيات الرقمية وفهم خصائص التطبيق. لذا، يلزم توفير التوجيه والتوعية المستمرين لتعزيز ثقة المستخدمين ورضاهم.

الكلمات المفتاحية: تصور المستهلك، التسويق الرقمي، أندلس ديجيتال، الحج والعمرة

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TRANSLITERASI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat teoretis.....	7

2. Manfaat praktis	8
E. Definisi Konsep.....	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	13
A. Kerangka Teoretis	13
B. Perspektif Dakwah Islam	29
C. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Jenis dan Sumber Data	49
D. Tahap-Tahap Penelitian	50
E. Tahap pelaksanaan penelitian	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Validitas Data	55
H. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	58
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	58

B. Penyajian data	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	81
BAB V PENUTUP	99
A. Simpulan	99
B. Rekomendasi	104
C. Keterbatasan Penelitian	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	113
A. Pedoman Wawancara	113
B. Transkrip Hasil Wawancara	116
C. Surat Keterangan Melakukan Penelitian	128
D. Dokumentasi Wawancara dan Observasi	129

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1Tabel Informan.....	61
-------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Kepengurusan Travel	59
Gambar 4. 2 Instagram Andalus	67
Gambar 4. 3 Tiktok Andalus.....	68
Gambar 4. 4 Konten Tik Tok Andalus.....	69
Gambar 4. 5 Youtube Andalus.....	70
Gambar 4. 6 Google Play Store Andalus	71
Gambar 4. 7 Halaman Awal Aplikasi	73
Gambar 4. 8 Menu Paket Umrah	74
Gambar 4. 9 Menu News	75
Gambar 4. 10 Menu Murattal.....	76
Gambar 4. 11 WhatsApp Blasting	80



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- (Andiyawan, Y., Zaerofi, A., & Heryahya, D. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran pada Perusahaan Jasa Travel Haji dan Umrah di Era New Normal. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 427–440.
- Afrillia, N. K., & Hartini, K. (2024). “Haji dan Umrah: Sebuah Perjalanan Spiritual dari Niat hingga Tawaf Wada”. CV Brimedia Global.
- Aisah, S., Fatoni, M. I., Sulfiya, S., & Ramadhani, M. A. (2024). “Analisis pengaruh strategi pemasaran digital terhadap persepsi pelanggan dan loyalitas di e-commerce. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*”, 2(1), 25-31.
- Akhyani, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image. *Equivalent: Journal Of Economic, Accounting and Management*, 1(2), 75-92.
- Al-Qur'an, Surah An-Nahl, Ayat 125. Diakses dari Quran NU Online Al-Qur'an. (n.d.). Surah Al-Isrā' [17]: 36. Lembaga Ta'lim wan Nasyr Nahdlatul Ulama.
- Andika Pratama, Siti Zulaikha Wulandari, and Devani Laksmi Indyastuti, “Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal) ”, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 05, no. 03 (2022): 355–68.
- Andika Pratama, Siti Zulaikha Wulandari, and Devani Laksmi Indyastuti, “Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal) ”, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 05, no. 03 (2022): 355–68.
- Anelda Ultavia B et al., “Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi,” *Jurnal Pendidikan Dasar* 11, no. 2 (2023): 341–48, <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>.
- Aprianto, I. G. L. A. (2022). Tinjauan Literatur: Penerimaan Teknologi Model UTAUT. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1).

- Arimbawa, P. A., Riandi, M. H., & Alam, M. D. (2023). Bantuan Mobile Marketing untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(5), 263-266. Retrieved from
- Arriskoni, M. A., & Soesanto, H. (2019). Studi tentang pengaruh keputusan pembelian online melalui sikap belanja online santri pondok pesantren di kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika & Bisnis).
- Arriskoni, M. A., & Soesanto, H. (2019). Studi tentang pengaruh keputusan pembelian online melalui sikap belanja online santri pondok pesantren di kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika & Bisnis).
- Balaka, M. Y., Kuswinardi, J. W., Wilyadewi, I. I. D. A. Y., Efendi, B., & Zulfikhar, R. (2023). Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur tentang Pengaruhnya terhadap Keuangan dan Strategi Pemasaran Bisnis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21979–21988.
- Bappenas. (2021). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) Indonesia. Kementerian PPN/Bappenas.
- Bramayudha, A. (2023). Hajj and Umrah during Pandemic Covid-19: The Case of Indonesia. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial Islam*, 1 (1), 13-21.
- Chaffey, D., & Smith, PR (2022). Keunggulan pemasaran digital: perencanaan, pengoptimalan, dan integrasi pemasaran online . Routledge.
- Chinsuvapala, P. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). *Marketing Management*.(15th global edition) Edinburgh: Pearson Education.(679 pp). *Kasem Bundit Journal*, 18(2), 180-183.
- Damayanti, A., Marceleno, M., Kesuma, V. B., Lemy, D. M., & Kusumo, E. (2025). Pengaruh E-wom dan Media Sosial (Instagram dan Tiktok) terhadap Persepsi Masyarakat pada Perkembangan Usaha Kuliner Tradisional di Jakarta. *JIIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1441-1449.
- Dictionary, O. E. (1989). *Oxford english dictionary*. Simpson, Ja & Weiner, Esc, 3.
- Dictionary, O. E. (1989). *Oxford english dictionary*. Simpson, Ja & Weiner, Esc, 3.

- Dictionary, O. E. (1989). Oxford english dictionary. Simpson, Ja & Weiner, Esc,
- Dictionary, O. E. (1993). Oxford english dictionary. Simpson, JA & Weiner, ESC.–1989.
- Dictionary, O. E. (1993). Oxford english dictionary. Simpson, JA & Weiner, ESC.–1989.
- Eko Haryono, “Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam,” E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies 1, no. 1 (2023): 1–13.
- Fitrah, N. A. (2022). “Haji dan umrah dalam kajian fiqh” (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Gaur, MH, Singhal, H., & Batra, MA PERAN PENDORONG PSIKOLOGIS, TEKNOLOGIS, DAN SOSIAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN: WAWASAN TENTANG PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN TREN BUDAYA.
- Hajar Hasan, “Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri,” Jurasik(Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer) 2, no. 1 (2022): 23–29, <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.
- Hariyani, E. K. (2023). Analisis persepsi masyarakat terhadap penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran digital (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan)..
- Hendrik Poltak and Robert Rianto Widjaja, “Pendekatan Metode Studi Kasus Dalam Riset Kualitatif,” Journal of Local Architecture and Civil Engineering 2, no. 1 (2024): 31–34.
- Hossain, MA, & Quaddus, M. (2011). Teori ekspektasi-konfirmasi dalam penelitian sistem informasi: Tinjauan dan analisis. Teori sistem informasi: Menjelaskan dan memprediksi masyarakat digital kita, Vol. 1 , 441-469.
- Hynes, D., & Richardson, H. (2009). Apa gunanya teori domestikasi bagi penelitian sistem informasi?. Dalam Buku Pegangan penelitian tentang model teoritis kontemporer dalam sistem informasi (hlm. 482-494). IGI Global Scientific Publishing.

- Ida Astri Oktaviani. (2022). Efektivitas SISKOHAT pada pendaftaran dan pembatalan haji di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lampung Timur. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2).
- Indonesia, P. U. E. B. (2016). Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Ismail Fahmi, H. (2021). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Terhadap Akses Layanan Haji Dalam Mewujudkan Kualitas Pelayanan Haji Di Kabupaten Garut. *Jurnal Publik*, 15(2), 58–70.
- Ismawanti, R. (2025). Community Service: Branding Strengthening and Digital Marketing Management of Cireng And Ulen Products as a Culinary Identity in Rw 11, Cipanjalu Village, Cilengkrang District: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 3989-3998.
- Joseph, T. (2011). “APPS the spirit of digital marketing” 3.0. Jakarta: Elex Media Komputindo, 32.
- Juriah, J., Elvina, E., & Asnora, F. H. (2025). ”Pengaruh Digital Marketing, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roxy Coffee”, Rantauprapat. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1574-1586.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2023). Digital. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Kannan, P.K., & Hongshuang, L. (2016). Digital marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (n.d.). *Manasik haji dan umrah*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). Baski, Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). Baski, Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- KRISNA, N. (2014). "Strategi Digital Marketing, Kegiatan Promosi, Meningkatkan Penjualan PT. Elindo Interdata" (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana)
- Laksana, R. D., & Widodo, S. (2024). Peran Digital Marketing, Media Sosial Dan Pemasaran Internasional Terhadap Persepsi Nasabah Pada Aplikasi Jenius Btpn. *Journal Of Science And Social Research*, 7(4), 2169-2172.
- Laquey, T. (1993). *The Internet companion: A beginner's guide to global networking*. Addison-Wesley.
- Leris Sandi Aulia, & Yuniar Jamilatus Saputri. (2024). Implementasi Sistem Pendaftaran Calon Haji dan Umrah (PHU) Pada Bidang Administrasi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 299–307.
- Lestari, PP (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah* , 21 (1), 41–58.
- Malik, H. (2021). "Cyber Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital". *Komunika*, 4(1), 63-78.
- Masri, M., Judijanto, L., Harefa, Y., & Zalogo, E. F. (2025). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Meyliana, M. (2011). "Analisa Strategi E-Marketing Dan Implementasinya Pada Rental Company". *Binus Business Review*, 2(1), 31-51.
- Mintzberg, H. (2006). *The Rise and Fall of Strategic Planning. Structure*.
- Muhardi, M., Rahim, T., & Heriadi, H. (2024, August). "Sistem Informasi Travel Haji dan Umrah". In *SISITI: Seminar Ilmiah Sistem Informasi dan Teknologi Informasi* (Vol. 13, No. 2, pp. 142-18).
- Muhtadin, A. F., Syaputra, A. H., Shafwan, M. R., Jenuri, J., & Nurjaman, A. R. (2024). Meningkatkan Moderasi Beragama Melalui Dakwah Digital. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 28(1), 1-12.
- Mulya, A. S. (2022). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan agresivitas transfer pricing. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(1), 71–82.
- Muninggar, R., & Aulia, H. (2020). "Persepsi konsumen terhadap pemasaran digital produk perikanan di Daerah Khusus

- Ibukota Jakarta”. *ALBACORE Jurnal Penelitian Perikanan Laut*, 4 (3), 257-269.
- Muslim ibn al-Ḥajjāj. (n.d.). Ṣaḥīḥ Muslim (Hadith No. 1532). *Sunnah.com*.
- Naila, TM, & Rohimi, P. (2024). Dakwah Digital: Peran YouTube dalam Meningkatkan Literasi Agama di Kalangan Pemuda Nahdlatul Ulama. *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 8 (2), 137–149.
- Nasywa Hafizah et al., “Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 3, no. 2 (2025): 586–96
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Parasuraman, A. (2000). Indeks Kesiapan Teknologi (TRI) skala multi-item untuk mengukur kesiapan dalam mengadopsi teknologi baru. *Jurnal penelitian layanan*, 2 (4), 307-320.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI) a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of service research*, 2(4), 307-320.
- Prastowo, S. L., & Manunggal, B. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45-57.
- Pressman, R. S. (2005). *Software engineering: a practitioner's approach*. Palgrave macmillan.
- PT. Al Andalus Nusantara Travel. (2025). *Update company profile*. Surabaya: Andalus Digital.
- Rahmatillah, I. R., & Hikmah, A. B. (2018). Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Administrasi Data Umroh. *IJCT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 3(1), 9 17.
- Sahbuki Ritonga, “Rekapitulasi Rata-Rata Data Hasil Wawancara Calon Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al Bukhary Labuhanbatu Tahun 2023,” *Tarbiyah Bil Qalam : Jurnal Pendidikan Agama Dan Sains* 7, no. 2 (2023): 1–6.

- Salamah, S. (2017). "Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji Umrah) (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)"
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). Prentice Hall.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). "Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga" (Vol. 3). Prenada Media.
- Siregar, A. I. (2024). "Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual". *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24 (3), 2921-2930.
- Sofwatillah et al., "Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah," *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 79–91.
- Suciati, H., Simamora, A. W., Panusunan, P., & Fauzan, F. (2023). Analisa campuran CPHMA terhadap penambahan variasi aspal penetrasi 60/70 pada karakteristik Marshall. *Jurnal Teknologi Riset Terapan*, 1(2), 75–86.
- Surat Ali 'Imran Ayat 97: Arab, Latin, Terjemah, dan Tafsir Lengkap (n.d.). Quran NU Online. Diakses 14 Desember 2025.
- Taruna, F., Usman, O., & Kasofi, A. (2024). Pengaruh mobile app design, marketing stimulus, price sensitivity, perception of cheapness, dan impulsive buying behavior terhadap pengguna platform Tokopedia. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(11), 84–97. (artikel terbit Okt 2024).
- Undari Sulung and Mohamad Muspawi, "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier," *Jurnal Edu Research* 5, no. 3 (2024): 110–16.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, MJ, & Gremler, D. (2020). *EBK: Pemasaran jasa: Mengintegrasikan layanan pelanggan di seluruh perusahaan edisi ke-4*. McGraw Hill.