

**Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Ketertarikan  
Calon Jamaah Untuk Memilih Paket Umrah Di An  
Namiroh Travelindo Malang**



**Skripsi**

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

**Oleh :**  
**Alvine Syahrengga Putra**  
**Nim 04040422071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UIN SUNAN AMPEL**  
**SURABAYA**

**2026**

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvine Syahrengga Putra  
NIM : 04040422071  
Prodi : Manajemen Dakwah

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Ketertarikan Calon Jamaah Untuk Memilih Paket Umrah di An Namiroh Travelindo Malang* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan 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 terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 1 Januari 2026  
Yang membuat pernyataan,



Alvine Syahrengga Putra  
04040422071

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Nama : Alvine Syahrengga Putra  
NIM : 04040422071  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan  
Ketertarikan Calon Jamaah Untuk Memilih  
Paket Umrah Di An Namiroh Travelindo  
Malang

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 31 Desember 2025

**Dosen Pembimbing 1**

**Dosen Pembimbing 2**



**Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si**  
NIP. 197512302003121001



**Mufti Labib Abdurrahman, Lc, MCL**  
NIP. 196401021999031001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Ketertarikan  
Calon Jamaah Untuk Memilih Paket Umrah Di An Namiroh  
Travelindo Malang**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh  
Alvine Syahrengga Putra  
NIM. 04040422071**

**telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
pada tanggal 8 Januari 2026**

**Tim Penguji**

**Penguji I**

**Ahmad Khairul Hakim, S.Ag. M.Si  
NIP. 197512302003121001**

**Penguji III**

**Prof. Imas Maesaroh, Dip. M-Lib., M.Lib., Ph.D.  
NIP. 19660514192032001**

**Penguji II**

**Mufti Labib Abdurrahman, Lc, MCL  
NIP. 196401021999031001**

**Penguji IV**

**Airlangga Bramayudha, MM  
NIP. 197912142011011005**



**Malang, 8 Januari 2026**

**Prof. Achmad Nurul Arif, S.Ag. M. Fil.I.  
NIP. 171998031001**



**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](mailto: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 : Alvine Syahrengga Putra  
NIM : 04040422071  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi \ Manajemen Dakwah  
E-mail address : [e08alvinputra@gmail.com](mailto:e08alvinputra@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 : Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Ketertarikan Calon Jamaah Untuk Memilih Paket Umrah Di An Namiroh Travelindo Malang

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, 30 Januari 2026

Penulis

(Alvine Syahrengga Putra)

## ABSTRAK

Persaingan antar biro perjalanan ibadah umrah di Indonesia, khususnya di Jawa Timur, yang semakin meningkat menuntut setiap biro perjalanan untuk memiliki strategi promosi yang efektif, informatif, dan sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran strategi promosi yang diterapkan oleh An Namiroh Travelindo Malang dalam meningkatkan ketertarikan calon jamaah dalam memilih paket umrah, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan informan yang berasal dari pihak manajemen, staf yang terlibat dalam kegiatan promosi, serta calon jamaah. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi An Namiroh Travelindo Malang dilaksanakan melalui media promosi konvensional dan digital, seperti brosur, media sosial, serta live streaming TikTok. Strategi promosi tersebut berperan dalam meningkatkan kesadaran, kepercayaan, dan ketertarikan calon jamaah melalui penyampaian informasi yang transparan, komunikasi persuasif, serta pendekatan religius yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun demikian, pelaksanaan strategi promosi masih menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan keterampilan

digital sumber daya manusia, rendahnya literasi digital sebagian calon jamaah, serta tingginya persaingan antar biro perjalanan umrah.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dikemas secara jujur, etis, dan berbasis nilai-nilai Islam memiliki peran penting dalam meningkatkan ketertarikan calon jamaah, sehingga perlu terus disesuaikan dengan karakteristik target jamaah agar promosi yang dilakukan lebih efektif dan berkelanjutan.



## ABSTRAC

*Competition among Umrah pilgrimage travel agencies in Indonesia, particularly in East Java, has become increasingly intense, requiring each agency to implement promotional strategies that are effective, informative, and aligned with Islamic ethical values. This study aims to examine the role of promotional strategies implemented by An Namiroh Travelindo Malang in increasing prospective pilgrims' interest in selecting Umrah packages, as well as to identify the challenges encountered in their implementation.*

*This research employed a qualitative approach with a descriptive research design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving management representatives, staff responsible for promotional activities, and prospective pilgrims. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*The results indicate that the promotional strategies of An Namiroh Travelindo Malang are carried out through both conventional and digital media, such as brochures, social media platforms, and TikTok live streaming. These strategies play an important role in increasing awareness, trust, and interest among prospective pilgrims through transparent information delivery, persuasive communication, and religious approaches aligned with sharia principles. However, the implementation of these promotional*



*strategies still faces several challenges, including limited digital skills among human resources, low digital literacy among some prospective pilgrims, and intense competition among Umrah travel agencies.*

*This study concludes that promotional strategies based on honesty, ethics, and Islamic values play a significant role in increasing prospective pilgrims' interest and therefore need to be continuously adjusted to the characteristics of the target market to ensure effective and sustainable promotion.*



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

|                                           |                                     |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... | <b>Error!</b>                       |
| <b>Bookmark not defined.</b>              |                                     |
| LEMBARAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....    | iii                                 |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....                | v                                   |
| PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI....        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| ABSTRAK .....                             | vii                                 |
| ABSTRAC.....                              | x                                   |
| KATA PENGANTAR.....                       | xii                                 |
| BAB I .....                               | 17                                  |
| PENDAHULUAN.....                          | 17                                  |
| A. Latar Belakang Masalah.....            | 17                                  |
| B. Rumusan Masalah .....                  | 27                                  |
| C. Tujuan Penelitian.....                 | 27                                  |
| D. Manfaat Penelitian.....                | 27                                  |
| 1. Manfaat Teoritis .....                 | 28                                  |
| E. Definisi Konep .....                   | 29                                  |
| 1. Strategi Promosi .....                 | 29                                  |
| Sistematika Pembahasan .....              | 31                                  |

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| BAB II .....                                | 34  |
| KAJIAN TEORITIS .....                       | 34  |
| A. Kerangka Teoritis .....                  | 34  |
| B. Perspektif Dakwah Islam.....             | 86  |
| C. Penelitian Terdahulu.....                | 62  |
| BAB III.....                                | 86  |
| METODE PENELITIAN .....                     | 91  |
| A. Pendekatan dan jenis penelitian.....     | 91  |
| B. Objek Penelitian .....                   | 91  |
| C. Jenis dan Sumber Data .....              | 92  |
| D. Tahap-tahap penelitian .....             | 94  |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....            | 99  |
| a. Observasi.....                           | 99  |
| b. Wawancara.....                           | 100 |
| c. Dokumentasi .....                        | 101 |
| F. Teknik Validitas Data.....               | 102 |
| G. Teknik Analisi Data.....                 | 103 |
| BAB IV.....                                 | 106 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....       | 106 |
| A. Gambaran Umum Dan Subyek Penelitian..... | 106 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| B. Penyajian Data.....          | 109 |
| C. Analisis Data .....          | 109 |
| BAB V .....                     | 150 |
| PENUTUP .....                   | 150 |
| A. SIMPULAN.....                | 150 |
| B. Rekomendasi.....             | 155 |
| C. Keterbatasan Penelitian..... | 157 |
| DAFTAR PUSTAKA.....             | 158 |
| LAMPIRAN .....                  | 172 |
| DOKUMENTASI.....                | 182 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim, Kusmanto, Evitriani purba. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan.” *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi* 1, no. 3 (2022): 85–88.
- Abdul Mujib. “Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2016): 75–99.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press. Vol. 1. Makassar, 2021.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academicooup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Afifah, Ova. “Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji Dan Umrah Pt Saudi Patria Wisata Cabang Metro,” 2022, 16.
- Agustian, Herwandi, Ira Purwitasari, and Fathurrijal Fathurrijal. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna Bess Finance Di Kota Baturaja.” *Jurnal Publisitas* 7, no. 2 (2021): 67. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v7i2.40>.
- Aini Annisya. “Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Palang Merah Indonesia (Pmi) Kota Bima Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Donor Darah.” *Jurnal Komunikasi*

*Dan Kebudayaan* 9, no. 1 (2023): 01–14.  
<https://doi.org/10.59050/jkk.v9i1.90>.

Akay, Reseal, Johannis E Kaawoan, and Fanley N Pangemanan. “Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Jurnal Governance* 1, no. 2 (2021): 1–8.

Anggaraini, Nia, Erfa Okta Lussianda, Dodi Agusra, Muhammad Fahrozi, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Persada Bunda. “Analysis of The Role of The Promotion Mix in Increasing Sales at PT. Jasaraharja Putera Analisis Peran Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Jasaraharja Putera.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 6 (2022): 4254–62. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>.

Asamoah, Emmanuel Selase. “The Effect of the Marketing Mix on Customer Purchase Decision in the Mobile Telecommunication Industry in Sub-Sahara Africa.” *Journal of Applied Business and Economics* 23, no. 7 (2021): 21–34.  
<https://doi.org/10.33423/jabe.v23i7.4859>.

Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan.” *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1, no. 1 (2019): 194–99.

- Aulia Risdiyanto, Annisa, Wasfah Fauziah, and Abdul Hafidz. “Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah Pada Agta Mandiri Tour Travel.” *Rayah Al-Islam* 8, no. 3 (2024): 997. <https://doi.org/10.37274/rais.v8i3.1053>.
- Bambang Sujarwadi, Dhety Chusumastuti, and Tanaya Kanani Benedikta. “Strategi Promosi Resto ‘Erista Griyo Dhahar’ Dalam Membangun Brand Awareness.” *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 3, no. 3 (2025): 252–68. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i3.1806>.
- Compliance, O F, With Positive, and Consumer Protection. “AKREDITASI PENYELENGGARA PERJALANAN IBADAH UMROH ( PPIU ) SEBAGAI BENTUK KEPATUHAN TERHADAP HUKUM ACCREDITATION OF UMROH WORSHIP TRAVEL ORGANIZERS ( PPIU ) AS A FORM.” *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan* 4, no. 5 (2025): 521.
- Darmadi, Didik. “( Studi Kasus PT . Astra Internasional Tbk-TSO Cabang Soetoyo Malang ).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 1 (2013): 21–28.
- Dave Chaffey, Fiona Ellis Chadwick. *Digital Marketing*. Vol. 32, 2021.
- Deffani, Sheren, and Vishnuvardhana S. Soeprapto. “Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Di Cerita Rasa Nusantara Resto, Jakarta.” *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 10, no. 2

(2024): 187–98. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.524>.

Dzulfian Syafrian, dkk. “Marketing Funnel Dalam Membangun Brand Image Biro Travel Umrah Dan Haji Di Jawa Timur.” *PROGRAM MAGISTER PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA* 11, no. 1 (2025): 3.

Effendy, Erwan, Elsa Adelia Siregar, Putri Chairina Fitri, and Ibnu Alif Syahbana Damanik. “Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem).” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 4343–49.

Erpurini, Wala, Irfan Kurnia Ramadhan, and Suci Indahsari. “Strategi Promosi Digital Dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia.” *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 2, no. 1 (2023): 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>.

Fajry, Saipul Annur, and Tutut Handayani. “Strategi Promosi Prodi Pendidikan Sendratasik Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa.” *Munaddhomah* 5, no. 1 (2024): 51–60. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.728>.

Fata, Zainol. “STRATEGI PROMOSI BERBASIS NILAI NILAI EKONOMI ISLAM: PRINSIP-PRINSIP PROMOSI ISLAMI.” *Jurnal ISECO* 32, no. 3 (2021): 167–86.

Fatmawati, Nurul, and Euis Soliha. “Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic ‘Honda.’” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied*



*Management* 10, no. 1 (2017): 145.  
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>.

Group, an namiroh. “Company Profile an Namiroh Travelindo,” 2024.

Handayani, Wahyu, Mochamad Fatchurrohman, Iman Supriadi, and Fanny Dwi Puspitasari. “Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah.” *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 2 (2025): 6350.

Haryoko, Sapto, Bahartiar, and Fajar Arwadi. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, 2020.

Haryono, Eko. “Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam.” *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies* 1, no. 1 (2023): 1–13.

Hasan, Hajar. “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>.

Hidayat, Rudsel, and Baroroh Lestari. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Penyebaran Informasi Terhadap Minat Pelanggan Di Cangu Community School – Bali.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 10, no. 1 (2024): 171–76. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4431>.

Iranita, Iranita. “Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah Tanjungpinang).” *Bahtera Inovasi* 1, no. 2 (2021): 1–10.

<https://doi.org/10.31629/bi.v1i2.3345>.

Irnanta, Hesti. “Pengaruh Harga, Testimonial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Ketertarikan Konsumen Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Lumajang.” *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan* 1, no. 1 (2021): 1–8.  
<https://doi.org/10.61696/juwira.v1i1.1>.

Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, and Latifatul Husniyah. “Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Minat Calon Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Melalui Media Sosial.” *Journal of Dakwah Manajemant*, no. 02 (2023): 5.

Jazuli, Khanif, Nilna Fauza, Aep Saefullah, and Suharmanto Suharmanto. “Strategi Promosi Dalam Menghadapi Persaingan Global Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” *Commodities, Journal of Economic and Business* 5, no. 1 (2024): 014–031.  
<https://doi.org/10.59689/commo.v5i1.1007>.

Julia Rani, Nadiah Cynthia Rachma, Riza Ghitasetia Gesyta. “26584-ID-Analisis-Kekuatan-Mengikat-Terhadap-Iklanpromosi-Reklame-Pra-Kontrak.Pdf,” n.d.

Kevin, David. “Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt . Arista Sukses Abadi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt . Arista Sukses Abadi.” *Journal SITE*, 2019, 9.

Kotler, and Keller. “Marketing 16 Edition. New Jersey: Pearson.,” no. May (2016): 38.

Kotler, Philip. “Marketing Management , Millenium Edition,” n.d.

- Kuspriyono, Taat. “Strategi Promosi Kreatif Dan Strategi Pemasaran Inteksin Dalam Meningkatkan Penjualan.” *Akuntabel* 18, no. 3 (2021): 2021–2551.
- Lemasoa, Axel Agathon. “Sikap Pembaca Jawa Pos Di Surabaya Terhadap Iklan Honda BR-V Versi Happy Wednesday.” *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra* 6, no. 1 (2018): 1–11.
- Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. “Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid’19.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3, no. 2 (2020): 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>.
- Loo, Petrus. “Transfromation of Traditional Marketing Strategy to Digital; Challenges and Opportunities for Retailers.” *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting* 2, no. 2 (2025): 32–44. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i2.301>.
- Lukitaningsih, Ambar. “IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 13, no. 2 (2013): 116–29.
- Mahmud, Amir. “Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jesya* 6, no. 1 (2022): 258–71.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.921>.

Mandagi, Lorentza, Marlien T Lapian, and Trintje Lambey. “Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1.” *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 2, no. 3 (2022): 3.

Manik Megasari, Cindy, and Onan Siregar Marakali. “P-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available Online at <Http://Https://Ijsr.Internationaljournallabs.Com/Index.Php/Ijsr>.” *Journal Of Social Research* 1, no. 7 (2022): 694–707.

Mardiah, mardiah1, Martina Napratilora2. “Ayat Tersebut Mengandung Sanksi Dari Allah SWT Serta Kecaman Terhadap Orang Beriman Yang Mengucapkan Apa Yang Tidak Mereka Kerjakan. Ini Mengambarkan Sisi Pokok Dari Kepribadian Seorang Muslim, Yakni Kebenaran Dan Istiqamah Atau Konsisten Serta Kelurusan.” *JURNAL PENDIDIKAN ISLAM*, 2021, 108–30.

Martowinangun, Kasino, Devita Juniati Sri Lestari, and Karyadi Karyadi. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.” *Jurnal Co Management* 2, no. 1 (2019): 141. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>.

Mustofa, Muhamad Bisri, Siti Wuryan, and Wahid Harsono. “Analisis Manajemen Pelayanan Pada Calon Jama’Ah Haji Dan Umroh (Pt. Daanish Mika Salsa Tours and Travel).” *Multazam : Jurnal*

- Manajemen Haji Dan Umrah* 1, no. 2 (2022): 148.  
<https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5377>.
- N. Law, David James Woo, and Gary Wong. "A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2." *UNESCO Institute for Statistics*, no. 51 (2018): 146.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, and Eva Ratnasari. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022." *Journal of Student Research* 1, no. 1 (2023): 398.  
<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>.
- Noor, Muhammad. "Haji Dan Umrah." *Jurnal Humaniora Teknologi* 4, no. 1 (2018): 38. <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>.
- Nurdewi, Nurdewi. "Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (2022): 297–303.  
<https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>.
- Nurfauzia, Vira, and Khusnul Fikriyah. "Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020): 84–85. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p82-95>.
- Nurul Melani Haifa, Indah Nabilla, Virda Rahmatika, Rully Hidayatullah, and Harmonedi Harmonedi. "Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan." *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa* 2, no. 2 (2025): 263. <https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>.
- Oktavianti, Gita. "PENGANTAR SISTEM INFORMASI," 2019, 1–

30.

- Palacio, Ruben Dario, Pablo Jose Negret, Jorge Velásquez-Tibatá, and Andrew P. Jacobson. "Buku Literasi Digital." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967, 1–28.
- Pemasaran, Pengaruh Strategi, Dan Promosi, Terhadap Minat, Beli Konsumen, Di Jw, Caffé Desa, Kampung Padang, et al. "Center of Economic Student Journal 8 (1) (2025) | 424." *Center of Economic Student Journal* 8, no. 1 (2025): 2621–8186.
- Poltak, Hendrik. "Pendekatan Metode Studi Kasus Dalam Riset Kualitatif Hendrik." *Journal of Local Architecture and Civil Engineering* 2, no. 2 (2024): 50–58. <https://doi.org/10.59810/localengineering>.
- Rasyid, Aliy, Ellen Aurelie Basuki, and Hilda Sari Wardhani. "Peran Strategi Promosi Dan Differentiation Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan E-Commerce." *Jurnal Ilmu Sosial & Hukum Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 4 (2024): 3.343-3.350.
- Ratayah, Ratayah, Hartanti Hartanti, and Eka Dyah Setyaningsih. "Inovasi Dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak Dari Globalisasi Teknologi Informasi." *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 2 (2021): 152–63. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>.
- Rini, Nina Indah. "Penggunaan Media Sosial Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Dibiرو Travel PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung," 2020.

- S, Kurnia A; Rekno. “Hubungan Pemilihan Media Iklan Terhadap Ketertarikan Minat Pembelian Konsumen Perumahan Subsidi Graha Maritza Kaliwungu.” *Jurnal Egaliter* 5, no. 8 (2021): 9.
- Sa’adatul Nafiisah, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TESTIMONI PRODUK DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.” *JIAGABI* 10, no. 2 (2021): 294–301.
- Saeahan, Andi, Kusmanto Kusmanto, Sudi Suryadi, and Tatang Hidayat Pohan. “Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)* 3, no. 2 (2023): 44–48. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.129>.
- 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. <https://doi.org/10.58822/tbq.v7i2.158>.
- Sany, Ezrifal. “Sistem Informasi Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran Pada CV. Anugrah Sinar Abadi.” *FORTECH (Journal of Information Technology)* 4, no. 1 (2020): 20–25.
- Saragih, C. L, and A Andriyansah. “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Platform Tiktok.” *Kolegial* 11, no. 2 (2023): 151-160.
- Sari, Mita, Tolan Frendy, A O Pelleng, Aneke Y Punuindoong, Program Studi, and Administrais Bisnis. “Pengaruh Promosi

Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado).” *Productivity* 2, no. 5 (2021): 361.

Sendianto. “Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus Pada PT. Askotama Inti Nusantara).” *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi* 16, no. 2 (2021): 85–94.

Setiawan, Erwin, and Steven. “Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang.” *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)* 2 (2021): 34–41.

Siregar, Marwiyah. “Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam.” *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 21, no. 2 (2022): 96–103. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.884>.

Siska Febriyanti S\*1, Boy Satria2. “PROMOSI DALAM KEGIATAN E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM.” *Jurnal Studi Keislaman*, n.d., 233–40.

Sitindaon, Natanael, Nurul Wardani Lubis, Grace Theresia Malau, Kristina Mesya Yulianti Siburian, and Utrie Sekar Ayuningrum. “Promotion Strategy in Increasing Customer Loyalty in Companies.” *Holistic Science* 4, no. 3 (2024): 362–72. <https://doi.org/10.56495/hs.v4i3.728>.

Sofwatillah, Risnita, M. Syahrani Jailani, and Deassy Arestya Saksitha. “Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 79–



91.

- Stefani, Kezia, and Henry Cilvanus. "Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru." *Media Informatika* 19, no. 2 (2020): 75. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v19i2.44>.
- Sudiarti, Sri. "Problematisasi Hukum Umrah Kredit Dalam Pandangan Imam Syafii." *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 64.
- Sulung, Undari, and Mohamad Muspawi. "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier." *Jurnal Edu Research* 5, no. 3 (2024): 112. [https://doi.org/10.1163/9789004263925\\_015](https://doi.org/10.1163/9789004263925_015).
- Sumiati, Sumiati. "Dampak Etnosentrisme Dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2020): 28. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7517>.
- Suprpto, Hery. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa." *Jurnal Manajemen* 4, no. 3 (2019): 1049.
- Surbakti, Afridayanti. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Perusahaan Asuransi." *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi* 2, no. 2 (2022): 216.

- Suri, Sufian. "TAFSIR DAKWAH Q.S AN-NAHL AYAT 125 DAN RELEVANSINYA DENGAN MASYARAKAT" 12, no. 2 (2022): 55–73.
- Syafira, A., and A. Rohman. "Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlena, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan." *Jurnal Media Akademik (Jma)* 2, no. 6 (2024): 1–21.
- Syaipudin, Latif, and Idah Nurfajriya Awwalin. "Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 01 (2022): 31–42.
- Tasnim, Andriasan Sudarso, Martono Anggusti, Risma Nurhaini Munthe, Yuliyanto Budi Setiawan Rahman Tanjung, Nina Mistriani, Liharman Saragih Sudung Simatupang, Ovi Hamidah Sari, and Idah Kusuma Dewi Bonaraja Purba, Maya Sari. *Komunikasi Pemasaran*. Vol. 32, 2021.
- Tiana, Rida, and M Feri Fernadi. "STRATEGI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH DALAM MENINGKATKAN MINAT JAMAAH ( STUDI PT . AMARA TOUR AND TRAVEL TAHUN 2024" 2 (2025): 118.
- Ultavia B, Anelda, Putri Jannati, Fildza Malahati, Qathrunnada, and Shaleh. "Kualitatif : Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi." *Jurnal Pendidikan Dasar* 11, no. 2 (2023): 341–48. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>.

- Umur, Sarah Azmil, Apriatni Endang Prihatini, and Dinalestari Purbawati. "Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 4 (2022): 641–50. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35891>.
- Wafa Adila, Subari. "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan." *JURNAL Pesat : Pengabdian Masyarakat STIA LK* 3, no. 1 (2024): 162–69.
- Wardhana. "Pengertian Strategi Dan Kebijakan Dalam Bisnis." <https://www.researchgate.net/publication/382064818>, no. July (2024). [https://www.researchgate.net/publication/382064818\\_Pengertian\\_Strategi\\_Dan\\_Kebijakan\\_Dalam\\_Bisnis](https://www.researchgate.net/publication/382064818_Pengertian_Strategi_Dan_Kebijakan_Dalam_Bisnis).
- Wicaksono, S Y. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya." ... *Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 9, no. 7 (2020): 1–18.
- Widyamati, Sagita, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "Analisis Strategi Promosi Terhadap Analisa Pengembangan Produk Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)* 1, no. 3 (2022): 355–68.
- Winda Apriani, and Syifa Pramudita Fadilla. "Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang." *Jurnal Bintang Manajemen* 1, no. 2 (2023): 239–59. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>.