

**ANALISIS PROSES *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN MINAT
JAMAAH PADA SHAFIRA TOUR & TRAVEL CABANG
KEBOMAS GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

**Disusun Oleh:
Balgis Salsavira
NIM. 04040421070**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Balgis Salsavira

NIM : 04040421070

Program Studi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **Analisis Proses *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik** belum pernah diajukan kepada Lembaga Pendidikan tinggi maupun untuk mendapatkan gelar akademik apapun. Skripsi tersebut benar-benar merupakan hasil karya mandiri dan bukan merupakan jiplakan atau plagiasi atas karya orang lain.

Apabila dikemudian 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,



Balgis Salsavira
NIM. 04040421070

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Balgis Salsavira
NIM : 04040421070
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : *Analisis Proses Customer Relationship Management (CRM) Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik*

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 1 Januari 2026
Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Ahmad khairul hakim, S.
Ag., M.Si

NIP. 197512302003121001



Yunita Ardilla,
S.Kom., M.MT

NIP. 19920604202012201

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

ANALISIS PROSES *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT* (CRM) DALAM MENINGKATKAN MINAT
JAMAAH PADA SHAFIRA TOUR & TRAVEL CABANG
KEBOMAS GRESIK

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Balgis Salsavira
04040421070

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada Tanggal 8 Januari 2026

Tim Penguji

Dosen Penguji 1



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

Dosen Penguji 2



Yunita Ardilla, S.Kom., M.MT
NIP. 19920604202012201

Dosen Penguji 3



Prof. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib.,
M.Lib., Ph.D.
NIP. 196605141992032001

Dosen Penguji 4



Dr. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 196610242014111001

Surabaya, Januari 2026

Dekan,



Dr. Moch. Cholud Arit, 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 dibawah ini, Saya:

Nama : Balgis Salsavira
NIM : 04040421070
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
Email address : balgissalsa00@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain - Lain

yang berjudul:

Analisis Proses *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada) Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif 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 izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan 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 saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 08 Januari 2026

Penulis

(Balgis Salsavira)

04040421070

ABSTRAK

Analisis Proses *Customer Relationship Management* (CRM)
Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Pada Shafira Tour & Travel
Cabang Kebomas Gresik
Oleh Balgis Salsavira, NIM 04040421070

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan proses CRM dalam meningkatkan minat jamaah pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan cabang, staf *Customer Service*, serta jamaah Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan proses CRM pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik telah diterapkan sesuai dengan tahapan proses CRM menurut teori Swift, yakni *Knowledge Discovery*, *Customer Interaction*, *Market Planning*, dan *Analysis and Refinement*. Selain itu, ditemukan proses lainnya yakni *Religious Oriented*. Penelitian ini juga menemukan adanya kendala dalam penerapan proses CRM, baik kendala internal maupun kendala eksternal. Kendala internal meliputi keterbatasan jumlah dan kualitas sumber daya manusia, keterbatasan pemanfaatan teknologi dan integrasi sistem, serta potensi miskomunikasi antara kantor pusat dan kantor cabang. Untuk kendala eksternal meliputi persaingan antara biro travel, perubahan lingkungan bisnis, serta regulasi dan kebijakan pemerintah seperti keterbatasan kuota dan seat keberangkatan, dan legalitas perizinan pelaksanaan ibadah umrah mandiri. Proses CRM yang diterapkan oleh Shafira Tour & Travel cabang Kebomas Gresik telah mampu meningkatkan minat jamaah melalui kualitas pelayanan dan hubungan yang baik dengan jamaah, meskipun masih diperlukan penguatan pada aspek sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi agar proses CRM dapat berjalan lebih optimal.

Kata kunci : Startegi CRM, Minat Jamaah, Tour & Travel Haji dan Umrah, Teori Swift.

ABSTRACT

*Analysis of Customer Relationship Management (CRM)
Process In Increasing Pilgrims' Interest At Shafira Tour & Travel
Kebomas Gresik Branch
By Balgis Salsavira, NIM 04040421070*

This study aims to determine the implementation of Customer Relationship Management (CRM) Process in increasing pilgrims' interest at Shafira Tour & Travel Kebomas Gresik Branch. This research uses qualitative research through in-depth interviews, observation, and documentation methods. The informants in this study consist of the branch leader, Customer Service staff, and pilgrims of Shafira Tour & Travel Kebomas Gresik Branch. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that the implementation of CRM process at Shafira Tour & Travel Kebomas Gresik Branch, has been carried out in accordance with the stages of CRM process based on Swift's theory, namely, Knowledge Discovery, Customer Interaction, Market Planning, and Analysis and Refinement. In addition, this study indentified another process, namely the Religious-Oriented Process. This study also found several obstacles in implementing CRM process, both internal and external constraints. Internal constraints include limitations in the number and quality of human resources, limited utilization of technology and system integration, and potential miscommunication between the head office and branch office. External constraints include competition among travel agencies and changes in the business environment, as well as government regulations and policies such as limitations on quotas and departure seats and the legality of independent Umrah pilgrimage permits. CRM process implemented by Shafira Tour & Travel Kebomas Gresik Branch, has been able to increase pilgrims' interest through service quality and good relationships with pilgrims, although strengthening human resources and technology utilization is still needed so that CRM process can run more optimally

Keywords: CRM Strategy, Pilgrims's Interest, Hajj and Umrah Travel, Swift Theory.

المخلص

تحليل استراتيجيات إدارة علاقات العملاء لزيادة اهتمام الجماعة بفرع شركة شافيرا للسياحة والسفر في كيبوماس

جريسبيك

04040421070 :بقلم: بلغيس سلسفيرا، رقم الطالب

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تطبيق استراتيجيات إدارة علاقات العملاء (CRM) لزيادة إقبال الحجاج على فرع شركة سفيرة للسياحة والسفر في كيبوماس جريسبيك. استخدمت الدراسة منهجاً نوعياً من خلال المقابلات المعمقة والملاحظة والتوثيق. شملت عينة الدراسة مديري الفروع وموظفي خدمة العملاء والحجاج في فرع سفيرة للسياحة والسفر في كيبوماس جريسبيك. تم تحليل البيانات من خلال اختبارها وعرضها واستخلاص النتائج. تشير النتائج إلى أن تطبيق استراتيجيات إدارة علاقات العملاء في فرع سفيرة للسياحة والسفر في كيبوماس جريسبيك قد تم وفقاً لمراحل استراتيجية إدارة علاقات العملاء لشركة سوفيت: اكتشاف المعرفة، والتفاعل مع العملاء، وتخطيط السوق، والتحليل والتحسين.

حددت هذه الدراسة أيضاً معوقات تطبيق استراتيجيات إدارة علاقات العملاء، سواء الداخلية منها أو الخارجية. تشمل المعوقات الداخلية محدودية عدد ونوعية الموارد البشرية، ومحدودية استخدام التكنولوجيا وتكامل الأنظمة، واحتمالية سوء التواصل بين المكتب الرئيسي والفروع. أما المعوقات الخارجية فتشمل المنافسة بين وكالات السفر، والتغيرات في بيئة الأعمال، واللوائح والسياسات الحكومية، مثل محدودية الحصص ومقاعده المغادرة، وشرعية تصاريح أداء العمرة بشكل فردي. بناءً على نتائج البحث، يمكن استنتاج أن استراتيجية إدارة علاقات العملاء التي طبقتها شركة سفيرة للسياحة والسفر، فرع كيبوماس جريسبيك، قد نجحت في زيادة إقبال الحجاج من خلال تقديم خدمات عالية الجودة وبناء علاقات طيبة معهم. مع ذلك، لا يزال هناك حاجة إلى تعزيز الموارد البشرية واستخدام التكنولوجيا بشكل أفضل لتحقيق أقصى استفادة من هذه الاستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية إدارة علاقات العملاء، اهتمام الحجاج، رحلة الحج والعمرة، نظرية سوفيت.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
E. Definisi Konsep	10
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORETIK	15

A.	Kerangka Teoretik	15
1.	Proses <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	15
2.	Minat Jamaah	29
3.	Kajian Perspektif Dakwah Islam	36
B.	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	39
BAB III METODE PENELITIAN		49
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
B.	Lokasi dan Objek Penelitian.....	50
C.	Jenis dan Sumber Data	51
D.	Tahap-Tahap Penelitian.....	52
E.	Teknik Pengumpulan Data	55
F.	Teknik Analisis Data.....	58
G.	Teknik Validitas Data.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
1.	Sejarah dan Profil Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik.....	60
2.	Visi dan misi travel.....	63
3.	Struktur organisasi	64
4.	Produk dan operasional Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas.....	66
B.	Penyajian data	71

1. Penerapan Proses <i>Customer Relationship Management</i> Pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik.....	72
2. Kendala Penerapan Proses <i>Customer Relationship Management</i> Pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik.....	83
C. Analisis Proses CRM Dalam Meningkatkan Minat Jemaah Pada Shafira Travel	94
1. Perspektif Teoritik.....	94
2. Perspektif Islam.....	112
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	120
C. Keterbatasan Penelitian	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	130
BIOGRAFI PENULIS	162

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Shafira Tour & Travel.....	61
Gambar 4. 2 Kerangka Struktur Organisasi Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik	65
Gambar 5 1 Bukti Komunikasi dengan Jamaah melalui WA dan Testimoni Jamaah Setelah Mengikuti Perjalanan dengan Shafira Tour & Travel cabang Kebomas Gresik dan Jamaah Yang Masuk di Sosial Media Shafira Tour & Travel.....	158
Gambar 5 2 Dokumentasi Acara Gathering Bersama Nasabah Bank BCA dan Testimoni Alumni Jamaah Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik	158
Gambar 5 3 Dokumentasi Kegiatan Sebar Brosur Promo Khusus Produk Ibadah Haji dan Umrah pada Calon Jamaah	159
Gambar 5 4 Dokumentasi Kegiatan Reuni dan Kegiatan Amazing Quran Bersama Jamaah Shafira Tour & Travel Seluruh Cabang ...	159
Gambar 5 5 Dokumentasi Pemberian Pelayanan Pada Jamaah di Kantor Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik dan Rumah Jamaah di Luar Jam Kerja	159
Gambar 5 6 Dokumentasi Kegiatan Pemberian Materi Manasik Pada Jamaah Yang Akan Berangkat Ibadah	160
Gambar 5 7 Dokumentasi Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik Memberi Pelayanan dengan Mendampingi Keberangkatan Jamaah di Bandara Juanda Surabaya.....	160
Gambar 5 8 Bukti-Bukti Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik Melakukan Promosi Pada Media Sosial dan Pemberian Harga Promo	160
Gambar 5 9 Bukti Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik Melakukan Rapat Internal dan Rapat Dengan Pusat Melalui Zoom Meeting.....	161
Gambar 5 10 Bukti Pengurusan Berkas dan Pengumpulan Data Jamaah yang Sudah Mendaftar pada Shafira Tour & Travel Cabang Kebomas Gresik Dengan Pencatatan Manual dan Sistem EraHajj Shafira Tour & Travel.....	161

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Muntaha AM. “Etika Pembeli Olshop Sesuai Tuntunan Nabi.” NU Online. *Etika Pembeli Olshop Sesuai Tuntunan Nabi*, 9 April 2022. <https://nu.or.id/syariah/etika-pembeli-olshop-sesuai-tuntunan-nabi-xl3ja>.
- Akbar, Rufman Iman. *MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN (Customer Relationship Management)*. Disunting oleh Purnama. Cetakan ke. Yogyakarta: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, 2021.
- Alfajri, Muhammad Raka, dan Aditya Wardhana. “PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TIKET.COM (SURVEY PADA PENGGUNA TIKET.COM DI KOTA BANDUNG).” *e-Proceeding of Managemen* 7, no. 2 (2020): 6325–32.
- Al-Quran 5 (An-Nisa’)*: 29, t.t.
- Al-Quran 5 (An-Nisa’)*: 58, t.t.
- Amanda, Mella, Retno Febriani, Juan Reza, dan Zulfachmi Zulfachmi. “Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus Singgah Selalu & Rumah Kue Alifa).” *Jurnal Bangkit Indonesia* 11, no. 1 (30 Maret 2022): 1–6. doi:10.52771/bangkitindonesia.v11i1.194.
- Andari, Maulida Putri, dan Edy Mulyantomo. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang).” *Majalah Ilmiah Solusi* 18, no. 3 (2020): 77–88. doi:10.26623/slsi.v18i3.2610.
- Andaryani, Caecilia Vita, dan Hifni Alifahmi. “Penerapan Customer Relationship Management Dalam Sosial Media Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.” *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI* 6, no. 2 (2023): 404–17. doi:<https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.3171>.
- Andini, Ajeng Putri, dan Aji Permana. “Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Customer Relationship Management

- Analytical pada Pasla Second Store.” *Scientific Exploration: Journal of Indonesian Academic Research* 2, no. 2 (2024): 1–11. doi:<https://doi.org/10.25134/scientificexploration.v2i2.3>.
- Andri Helmi Munawar dan Dian Hadiani. *Buku Ajar: Customer Relationship Management*. Purbalingga, Jawa Tengah: CV. EUREKA MEDIA AKSARA, t.t.
- Anesta, Khaira Lasmi, dan Jon Kenedi. “Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jama’ Ah Haji Dan Umroh Pada Pt. Tour and Travel Auliya Perkasa Abadi Di Pasaman Barat.” *Multazam : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 3, no. 2 (2023): 26. doi:10.32332/multazam.v3i2.7470.
- Anto, Rola Pola, Nikmatullah Nur, Yusriani, Fenni Kurniawati Ardah, Juwita Desri Ayu, Adi Nurmahdi, Baiq Ahda Razula Apriyeni, Purwanti, Narita Yuri Adrianingsih, dan Miftah Fariz Prima Putra. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya*. Disunting oleh Septian Nur Ika Trisnawati. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1 ed. Surakarta: Tahta Media Group, 2024.
- Awaludin, Azrul Afrillana, dan Ahmad Khairul Hakim. “Analisis Strategi Survival Pada Bisnis Travel Haji dan Umrah Saat Pandemi Covid-19 Di Shafira Tour & Travel.” *Journal of Islamic Management* 3, no. 1 (31 Januari 2023): 1–13. doi:10.15642/jim.v3i1.1198.
- Baladhika, Nicole Kansa Kostra, dan Syahputra Syahputra. “PENGARUH CUSTOMER SERVICE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AL AZIZIAH TOUR AND TRAVEL.” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11, no. 1 (30 Januari 2024): 362–76. doi:10.35794/jmbi.v11i1.54239.
- Cindy Adeliya Samosir. “Strategi Customer Relationship Management untuk Meningkatkan Retensi Pelanggan di Era Digital.” *Repeater : Publikasi Teknik Informatika dan Jaringan* 3, no. 1 (31 Januari 2025): 160–73. doi:10.62951/repeater.v3i1.369.
- “Daftar PPIU Provinsi Jawa Timur.” Kementerian Agama RI, 2 September 2018.

[https://jatim.kemenag.go.id/file/file/PPIU%20per%20Januari%202018/9.%20\(2\)%20PPIU%20Per%20Januari%202018.pdf](https://jatim.kemenag.go.id/file/file/PPIU%20per%20Januari%202018/9.%20(2)%20PPIU%20Per%20Januari%202018.pdf).

- Dartiningsih, Retnowati. "SOCIAL CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) MODEL SEBAGAI STRATEGI BISNIS PARIWISATA DI KABUPATEN MOJOKERTO (DESA WISATA KETAPANRAME)." *jesya* 7, no. 2 (1 Juli 2024): 1570–81. doi:10.36778/jesya.v7i2.1607.
- Dayyan, Muhammad, Teuku Ari, dan Muzakkir. "ANALYSIS OF THE LEGAL RELATIONSHIP BETWEEN PROSPECTIVE UMRAH PILGRIMS AND UMRAH TRAVEL IN LANGSA CITY." *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 4, no. 2 (7 Oktober 2024): 184–99. doi:10.32332/multazam.v4i2.9425.
- Fadilah, Lia. "STRATEGI DAN MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)," t.t.
- Fatah, Mubasyier, Maximus Ali Perajaka, dan Yohanes Ngamal. "DAMPAK DAN MANFAAT PENERAPAN STRATEGI MARKETING 5.0 DALAM KONTEKS HAJI," t.t.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Erland Mouw, Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*. Disunting oleh Yuliatr Novita. *Research gate*. 1 ed. Padang Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022.
- Golan Hasan, Cindy Olivia, Erene Erene, Vanessa Stephanie, Randy Setiawan, dan Zendy Sia. "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Pengembangan Loyalitas Pelanggan pada UMKM Snack Banamia." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 5, no. 2 (28 Juni 2025): 412–21. doi:10.55606/jebaku.v5i2.5399.
- Hamdan, subakti hanin; prisusanti dewi retno; fahmi aisyah; haryanti suci; pangestu ari nova; primasari anggun nesy; putri surya novita; adinata arfan Ach; hadi irwan; firmansyah.

- Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*, 2022. doi:10.31237/osf.io/jhxuw.
- Hariyadi, Candra, Luluk Cahyo Wiyono, dan Geri Barnas Saputra. “Strategi Implementasi Relationship Marketing Melalui Customer Relationship Management.” *Journal of Business Management* 1, no. 1 (2023): 8–13. doi:<https://doi.org/10.1010/j.jobm.2023.01.001>.
- Hidayat, Ade Ruslan, Dadang Sahrani, Eki Agustin, Deny Muhamad, dan Sinta Nuriyah. “Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah Haji dan Umroh PT . Krisma Tour Kabupaten Cianjur.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* 2, no. 04 (2023): 374–80.
- Ismaulidina, Isma, Effiati Juliana Hasibuan, dan Taufik Wal Hidayat Wal Hidayat. “Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh.” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* 2, no. 1 (26 April 2020): 12–17. doi:10.31289/jipikom.v2i1.175.
- Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, dan Latifatul Husniyah. “Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Minat Calon Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Melalui Media Sosial.” *ASWALALITA (Journal of Dakwah Manajemant)* Volume 01, no. 01 (2023): 1–9.
- Branch Manager: Tugas, Tanggung Jawab, dan Keterampilan. “Job Desk of Branch Manager,” 12 November 2024. <https://www.talenta.co/blog/job-desk-branch-manager/>.
- Johansson, Johan, dan Fedrik Strom. *Customer Relationship Management Case studies of five Swedish Companies*, 2002.
- Junaidi, Heri. *SISTEM EKONOMI ISLAM: Pendekatan Teoritis Normatif Fiqh Muamalah*. 1 ed. Palembang: NoerFikri Offset, 2020. <https://repository.radenfatah.ac.id/9077/1/Fiqh%20Muamalah%20Kontemporer.pdf>.
- Lubis, Zainuddin. “Tafsir Surat An- Nisa Ayat 58: Urgensi Menjaga Amanah.” *NU ONLINE*, 2024.

- Magdalena, Maria, dan Wahyu Wulandari. “Pengaruh Kualitas Layanan dan CRM terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Wewe Travel),” t.t. Malahati, Fildza, Anelda Ultavia B, Putri Jannati, Qathrunnada Qathrunnada, dan Shaleh Shaleh. “Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi.” *Jurnal Pendidikan Dasar* 11, no. 2 (2023): 341–48. doi:10.46368/jpd.v11i2.902.
- Muhammad Ardiansyah dan Ahmad Salman Farid. “Pendampingan Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dengan Pendekatan Komunikasi Islami pada Usaha Online Mahasiswa PTKIN.” *DEDIKASI SAINTEK: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 3 (2025): 257–74. doi:10.58545/djpm.v4i3.598.
- Nazaruddin, Nasrun, Rahmat Hidayat, dan Ricco Andreas. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS DAYA SAING BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH PROSPEKTIF EKONOMI SYARI’AH (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah).” *Nizham Journal of Islamic Studies* 8, no. 01 (18 Mei 2020): 1. doi:10.32332/nizham.v8i01.2090.
- Nisa, Nova Khoirun, dan Ahmad Khairul Hakim. “Employee Engagement at Shafira Tour and Travel.” *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage* 1, no. 1 (1 Juli 2021): 01–10. doi:10.21580/mz.v1i1.8778.
- Nizar, Muhammad, Ririn Tri Ratnasari, dan Indrianawati Usman. *MENGEMBANGKAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA*. Disunting oleh Askhabul Kirom. Pasuruan: Yayasan Pesantren Kontemporer Al-Hilmi, 2023.
- Nurhabibah, Desi. “STRATEGI MANAJEMEN DALAM MEREKRUT CALON JAMAAH UMROH (STUDI KASUS PADA ALHIJAZ TOUR BANDAR LAMPUNG).” *MULTAZAM: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 2, no. 1 (2022): 18–36.
- Nurhidayah, Febri Resti, Eka Sriwahyuni, dan Kustin Hartini. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu.”

- Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 11330–44. doi:10.31004/innovative.v4i3.11901.
- Nurjannah, Eka, Lena Magdalena, dan Muhammad Hatta. “SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS KOMPUTER PADA AL BAIT TOUR AND TRAVEL.” *Jurnal Digit* 10, no. 2 (12 Desember 2020): 172. doi:10.51920/jd.v10i2.168.
- Paramita, Intan, dan Sa’diyah El Adawiyah. “MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM KOMUNIKASI BISNIS PT KALIBRASI INSTRUMEN BERSAMA.” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 5, no. 2 (31 Desember 2021): 140. doi:10.24853/pk.5.2.140-152.
- Payne, Adrian, dan Pennie Frow. “A Strategic Framework for Customer Relationship Management Author(s): Adrian Payne and Pennie Frow.” *Journal of Marketing* 69, no. 4 (2003): 167–76.
- Rahmanto, Mukhlis, dan Agus Sukaca. “Silaturahmi Rizki Panjang Umur.” *Muamalah Redaksi Muhammadiyah*, 2020.
- Rajat Goel. “A KNOWLEDGE-ENABLED PROCEDURE FOR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT.” *Proceedings of Department of Higher Education (DHE)*, 2019, 10–23.
- Ramli, Sahla, M Ridwan Basalamah, dan Rahmawati. “Analisis Pelayanan Dan Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Pelanggan Travel Haji Dan Umroh Arminareka Perdana Cabang Namlea Kab. Buru Tahun 2022.” *e – Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 02 (2022): 2646–53.
- Ray, Nilanjan, ed. *Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry: Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry*. IGI Global, 2015. doi:10.4018/978-1-4666-8699-1.
- Rusandi dan Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 2, no. 1 (17 Juni 2021): 48–60. doi:10.55623/au.v2i1.18.

- Rusandi, dan Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 2, no. 1 (2021): 48–60. doi:10.55623/au.v2i1.18.
- Saputra, Andrika, Alvi Furwanti Alwie, dan Any Widayatsari. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau.” *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 70. doi:10.24014/jdr.v3i1.10040.
- “Shafira Tour & Travel.” ErraHajj. PT. Biro Perjalanan Wisata Shafira Lintas Semesta. Diakses 25 Desember 2025. <https://shafira-tours.com/>.
- “Shafira Tour & Travel.” Diakses 1 Januari 2026. <https://himpun.or.id/daftar-anggota/detail/187/pt-shafira-lintas-semesta>.
- Silvana, Hana, dan Rosika Pertiwi Hermansyah. “Implementation of Customer Relationship Management in Building Library Users’ Loyalty.” *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 12, no. 1 (30 Juni 2024): 51–66. doi:10.24198/jkip.v12i1.47156.
- Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Ke-19. Bandung: CV. ALFABETA, 2013.
- Surat An-Nisa’ Ayat 29: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir. “Surat An-Nisa’ Ayat 29.” NU Online, 2019. <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29>.
- Syukran, Muhammad, Andi Agustang, Andi Muhammad Idkhan, dan Rifdan Rifdan. “KONSEP ORGANISASI DAN PENGORGANISASIAN DALAM PERWUJUDAN KEPENTINGAN MANUSIA.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (26 Februari 2022): 95–103. doi:10.37606/publik.v9i1.277.
- Trimintarsih, Titin. “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Moderat.” *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen* 12, no. 1 (2023): 68–76.
- Wardani, Sri Rita, Muhammad Sanusi, dan Nurmala Fahrianti. “Customer Relationship Management (CRM) dalam

- Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga” 3, no. 2 (2022).
- Wardhana, Aditya. “Minat Beli Konsumen.” Dalam *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*, disunting oleh Mahir Pradana, Pertama., iii,377. Purbalingga, Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.
- Wibowo, Vincentius Bayu Tri, dan Rendy Sarudin. “ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT FOOD AND BEVERAGES SERVICE DEPARTMENT TERHADAP MINAT BELI PRODUK FOOD AND BEVERAGES INTERCONTINENTAL JAKARTA PONDOK INDAH.” *JURNAL ILMIAH GLOBAL EDUCATION* 4, no. 4 (28 Desember 2023): 2716–24. doi:10.55681/jige.v4i4.1266.
- Y.C. Chung, Y.W. Hsu, S.C Tsai, H.L. Huang, dan C.H. Tsai. “THE CORRELATION BETWEEN BUSINESS STRATEGY, INFORMATION TECHNOLOGY, ORGANISATIONAL CULTURE, IMPLEMENTATION OF CRM, AND BUSINESS PERFORMANCE IN A HIGH-TECH INDUSTRY.” *South African Journal of Industrial Engineering* 23, no. 2 (2012): 1–15. <http://sajie.journals.ac.za>.
- Yi-Chan Chung. “Study on the Relationship between Information Technology Investment and Operation Performance.” *IOSR Journal of Business and Management* 22, no. 4 (2020): 01–04. doi:10.9790/487X-2204030104.
- Yusnita Effendy, Mutya. “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh pada PT Cahaya Berkah Safar: Al-Ghazi Tour & Travel.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 7 (3 Juli 2024). doi:10.47467/elmal.v5i7.3593.
- Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Disunting oleh Patta Rapanna. 1 ed. Jakarta: CV. Syakir Media Press, 2021.