



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI PEMASARAN OFFLINE DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS JAMAAH DI PT. ZIARAH
HATI NURANI**

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)**

Oleh:

Elfira Diah Asmawardani
(04040422076)

Dosen Pembimbing I:

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

NIP: 197512302003121001

Dosen Pemimbing II:

Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., M.Fil.I

NIP: 197003042007011056

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

2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elfira Diah Asmawardani

NIM : 04040422076

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan Sesungguhnya, bahwa skripsi berjudul **“STRATEGI PEMASARAN OFFLINE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS JAMAAH DI PT. ZIARAH HATI NURANI”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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 peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 18 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Elfira Diah Asmawardani
04040422076

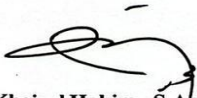
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Elfira Diah Asmawardani
NIM : 04040422076
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Pemasaran Offline dalam
Meningkatkan Loyalitas Jamaah di PT
Ziarah Hati Nurani

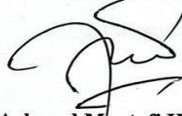
Skripsi ini telah diperiksa dan di setujui untuk di ujikan Surabaya, 18
Desember 2025

Dosen Pembimbing I,



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

Dosen Pembimbing II,



Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., M.Fil.I
NIP: 197003042007011056

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

STRATEGI PEMASARAN OFFLINE DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS JAMA'AH DI PT. ZIARAH HATI NURANI

SKRIPSI
Disusun oleh

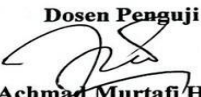
Elfira Diah Asmawardani
04040422076

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 07 Januari 2026

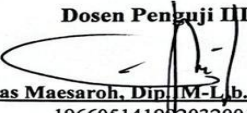
Dosen Penguji I


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

Dosen Penguji II


Dr. H. Achmad Murtafi Harits, M.Fil.I
197803042007011056

Dosen Penguji III


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

Dosen Penguji IV


Mufti Labib Abdurrahman, Lc, MCL
196401021999031001

Surabaya, 07 Januari 2026
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Khoirul Cholil Arif, S.Ag., M.Fil.I
197107171998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH



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 : ElFira Diah Asmawardani
NIM : 04040422076
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : elfiradiabbb@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 Pemasaran Offline Dalam Meningkatkan Loyalitas Jamaah Di PT. Ziarah Hati Nurani

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, 28 Januari 2026

Penulis

(ElFira Diah Asmawardani)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Strategi Pemasaran Offline dalam Meningkatkan Loyalitas Jamaah di PT. Ziarah Hati Nurani”**. Penelitian bertujuan menganalisis strategi pemasaran offline yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas jamaah serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Ziarah Hati Nurani menerapkan empat strategi pemasaran offline, yaitu brand awareness melalui brosur, banner, dan pameran; personal selling; event marketing melalui pameran; serta promosi harga. Strategi-strategi ini terbukti membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan, serta mendorong jamaah melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan perusahaan.

Tantangan utama dalam penerapan pemasaran offline meliputi tingginya biaya dan kebutuhan sumber daya, jangkauan promosi yang terbatas, persaingan dengan biro perjalanan lain, dan tuntutan menjaga konsistensi kualitas pelayanan.

Penelitian ini menegaskan bahwa pemasaran offline berperan penting dalam membangun loyalitas jamaah. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengoptimalkan strategi ini untuk mempertahankan loyalitas dan meningkatkan daya saing. Hasil penelitian juga dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam merancang strategi pemasaran offline yang efektif.

ABSTRACT

This study, entitled "**Offline Marketing Strategies to Increase Pilgrim Loyalty at PT. Ziarah Hati Nurani,**" aims to analyze the offline marketing strategies implemented by the company to increase pilgrim loyalty and identify the challenges faced. The study used a descriptive qualitative approach, collecting data through in-depth interviews, observation, and documentation.

The results show that PT Ziarah Hati Nurani implements four offline marketing strategies: brand awareness through brochures, banners, and exhibitions; personal selling; event marketing through exhibitions; and price promotions. These strategies have been proven to build trust, increase satisfaction, and encourage pilgrims to make repeat purchases and recommend the company's services.

The main challenges in implementing offline marketing include high costs and resource requirements, limited promotional reach, competition with other travel agencies, and the need to maintain consistent service quality.

This study confirms that offline marketing plays a crucial role in building pilgrim loyalty. Therefore, the company needs to continuously optimize this strategy to maintain loyalty and increase competitiveness. The results of this study can also serve as a reference for other companies in designing effective offline marketing strategies.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konsep.....	9
1. Pemasaran Offline	9
2. Loyalitas	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	14
A. Kajian Perspektif Teoritik.....	14
1. Konsep Pemasaran	14
a. Definisi Pemasaran.....	14
b. Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	16
2. Pemasaran Offline	17

a.	Definisi pemasaran Offline	17
b.	Strategi Pemasaran Offline	19
c.	Jenis-jenis Pemasaran Offline	22
d.	Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran Offline	31
e.	Tantangan Pemasaran offline	32
3.	Loyalitas Jamaah.....	35
a.	Definisi Loyalitas.....	35
b.	Manfaat Loyalitas.....	37
c.	Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas	38
A.	Kajian Perspektif Dakwah Islam	40
B.	Penelitian Terdahulu.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B.	Lokasi Penelitian	53
C.	Jenis dan Sumber Data.....	53
1.	Jenis Data.....	53
2.	Sumber Data	54
D.	Tahap-tahap Penelitian.....	55
1.	Tahap Pra Lapangan	55
2.	Tahap Lapangan	57
3.	Tahap Akhir	58
E.	Teknik Pengumpulan Data	58
1.	Wawancara.....	59
2.	Observasi	59
3.	Dokumentasi	59
F.	Teknik Analisis Data.....	60
G.	Teknik Validitas Data.....	62

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	63
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	63
1. Sejarah Lembaga.....	63
2. Visi Misi	64
3. Struktur Lembaga.....	66
4. Produk yang Dijual.....	66
B. Penyajian Data.....	69
1. Penerapan strategi pemasaran offline dalam meningkatkan loyalitas jemaah di PT. Ziarah Hati Nurani	70
2. Tantangan yang dihadapi PT. Ziarah Hati Nurani dalam menerapkan pemasaran offline untuk meningkatkan loyalitas jemaah.....	78
C. Analisis Data	84
1. Perspektif Teoritik.....	84
a. Penerapan strategi pemasaran offline dalam meningkatkan loyalitas jemaah di PT. Ziarah Hati Nurani...	84
b. Tantangan yang dihadapi PT. Ziarah Hati Nurani dalam menerapkan pemasaran offline untuk meningkatkan loyalitas jemaah.....	89
2. Perspektif Dakwah Islam	93
BAB V PENUTUP.....	95
A. Simpulan.....	95
B. Rekomendasi	98
C. Keterbatasan.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN- LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Ziarah Hati Nurani	63
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan PT. Ziarah Hati Nurani	66
Gambar 4.3 Personal Selling	74
Gambar 4.4 Kegiatan Event Marketing Pameran.....	76



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Mirzam Arqy. “Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank.” *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 7, no. 1 (2023): 15–25.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>.
- Alvin Hidayatullah, Muhammad, and Faruq Ahmad Futaqi. “Analisis Strategi Promosi Personal Selling Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Beringharjo Dolopo, Madiun Terhadap Loyalitas Anggota.” *Salam (Islamic Economics Journal)* 4, no. 1 (2023): 79. <https://doi.org/10.24042/slm.v4i1.17028>.
- Aminah, Fausiah, and Meldilianus N J Lenas. “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Makassar.” *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 4, no. 5 (2025): 7473–83.
- Andika, Surya, and Pupung Purnamasari. “Pengaruh Variasi Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024): 1539–52. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4189>.
- Anindita, Radinka. “Pengaruh Direct Marketing, Sales Promotion, Dan Hedonice Shopping Motivation Terhadap Purchase Decision (Studi Pada Fitur Shopee Live).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 14, no. 2 (2024): 36–54.
- Arianto, Nurmin, and Fiki Kurniawan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir).” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, no. 2 (2021): 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>.
- Arif, Ach, Octaviana Arisinta, and Romiftahul Ulum. “Evaluasi Perbandingan Penjualan Offline Dan Online Terhadap Pendapatan (Studi Kasus Pada Kedai Cak Mat Ali Kota

Bangkalan).” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 3 (2023): 3334. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4031>.

- Dakhi, Damiana, Timotius Duha, and Samanoi Halowo Fau. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Ud. Desta Jaya Hilisimaetano.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4, no. 2 (2021): 21–35. <http://jurnal.stienisel.ac.id/index.php/jim/article/view/221>.
- Daruhadi, Gagah, and Pia Sopiati. “Pengumpulan Data Penelitian.” *Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 5423–43.
- Dellamita, Mega Fareza, Achmad Fauzi DH, and Edy Yulianto. “Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Pt Adira Quantum Multifinance Point Of Sales (Pos) Dieng Computer Square Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 9, no. 2 (2014): 81391.
- Dewi, Arsha Nurma, and Donny Setiawan. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV . Gehu Extra Pedas Chili Hot).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2024): 5–23.
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi Dr., MM. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.Pd Dr. Heri Erlangga, S.Sos., MM Dr. Ir. H. Nurjaya., SE., and M.M. CHt. Denok Sunarsi, S.Pd. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books, 2022. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Efendi, Bahtiar, and Ulya Kholunafiah. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Data Internet Kartu Xl Prabayar.” *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal* 1, no. 2 (2023): 61–69. <https://doi.org/10.61434/dfame.v1i2.116>.
- Elia Cahyani, Tazkiyyah Nururrohmah, Cindy Firstiananda Deka, and Mohamad Zein Saleh. “The Role of Service Quality in

Building Customer Satisfaction (A Literature Review).”
Journal Manajemen and Creative Bussines 2, no. 4 (2024):
195.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/3300>.

- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. Vol. 11, 2022.
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.
- Fitri Rahmawati, Indah, and Shafiera Lazuardi. “Pengaruh Strategi Event Marketing, Dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle Di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang.” *EKOMA : Jurnal Ekonomi* 3, no. 3 (2024): 685–98.
- Fitriani, Erni. “Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyaliyas Pelangan Dengan Harga Dan Kualitas Produk: Literature Review.” *Jurnal Manajemen* 13, no. 2 (2022): 75–86.
<file:///C:/Users/skyne/Downloads/1050-1706-1-PB.pdf>.
- Gumelar, Apryan Fajar, Neneng Komariah, and Nuning Kurniasih. “Analisis Pengaruh Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Keputusan Berkunjung Pemustaka Di Perpustakaan Umum Kabupaten Bekasi.” *Jurnal Pustaka Budaya* 10, no. 1 (2023): 1–9. <https://doi.org/10.31849/pb.v10i1.10394>.
- Hafizah, Nasywa, Tiara Cantika Pebytabella P, Mutiya Sari, Rahmita Winanda, Rully Hidayatullah, and Harmonedi Harmonedi. “Identifikasi Variabel.” *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa* 2, no. 2 (2025): 256–70.
<https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>.
- Heryanto, Rendi, and Dinda Amanda Zuliestiana. “Strategi Pemasaran Offline Pada Warung Seblak Anti Galau Di Batujajar, Kabupaten Bandung Barat Offline” 01, no. 08 (2025): 1912–22. <https://doi.org/10.55916/frima.v1i8>.

- 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, no. 3 (2022): 1–6.
- Indrasmitha, Gustyana, Irawan Yuswono, and Sari Rahmadhani. “Pengaruh Metode Marketing Online Dan Offline Terhadap Peningkatan Omset Umkm Pada Situasi Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 13, no. 1 (2022): 95–104. <https://doi.org/10.36694/jimat.v13i1.403>.
- Ismiati, Nanik, Ngasbun Egar, and Soedjono Soedjono. “Manajemen Pelatihan Berbasis Kompetensi UPTD Balai Latihan Kerja Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja.” *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah* 5, no. 2 (2024): 826–35. <https://doi.org/10.51874/jips.v5i2.283>.
- Itsaini, Fatmi, and Abdur Rohman. “Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Menggunakan Etika Bisnis Islam.” *Iqtisodina* 7, no. 1 (2024): 108–20. <https://doi.org/10.35127/iqtisodina.v7i1.7514>.
- Jelatu, Herman. “Pendapatan Usaha Dipengaruhi Oleh Perilaku Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran” 1, no. 1 (2023): 32–38.
- Komang, Ida Ayu, Tiara Pratistha Sari, Anak Agung, Dwi Widyani, Gusti Putu Eka, Rustiana Dewi, Ni Luh, and Putu Putri Artini. “Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat MENINGKATKAN PEMASARAN SECARA OFFLINE MENGGUNAKAN BROSUR PADA PIZZARIA LUIGI’S HOT PIZZA.” *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2023): 598–601.
- Kusniyah, Chandra Lukita, and ni wayan fitriana ayu Lestari. “Analisis Strategi Pemasaran Online Dan Offline Dalam Meningkatkan.” *Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* 1, no. 6 (2024): 15–23.

Lestari, Ayu, and Maisyura Maisyura. “Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Pada Toko Kanaya Collection Di Kota Negeri Lama Labuhan Batu Sumatera Utara.” *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6, no. 2 (2023): 284. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i2.14219>.

Lia, Falimatus Mei, Khofifah Nur Aini, Selly Aprilia, Maulida Zakiyatuz Zuhria, Indah Respati Kusumasari, Sabeta Putri Ramadhani, Program Studi, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, and Universitas Pembangunan. “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Pada UMKM Dewfh Dimsum Di Sidoarjo.” *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat(AJPKM)* 9, no. 1 (2025): 157–66.

Maulyan, Feti Fatimah, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliawati, and Dwi Sandini. “Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review.” *Jurnal Sains Manajemen* 4, no. 1 (2022): 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>.

Mubarak, Nurul. “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista.” *I-Economic* 3, no. 1 (2017): 80.

Nabila, Putri, and Ir Harrie Lutfie. “Pengukuran Eektivitas Pemasaran Offline Secara Door To Door Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada PT. Telkom Witel Sumbar (Studi Kasus Pada Perumahan Sanjai Dalam Bukittinggi Tahun 2021)” 7, no. 4 (2021): 635–49.

Nadhiroh Fardania, and Sugeng Pradikto. “Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Teknik Tradisional Dan Online Terhadap Hasil Penjualan.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan* 2, no. 1 (2025): 70–85. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.766>.

Nainggolan, Ruly Manuel, Boy Luisfigo Sinaga, Zulkarnain Siregar, Imamul Khaira, and Fakultas Ekonomi. “Analisis Perbandingan Penjualan Online Dengan Offline Pada Usaha Showroom Nabosi Mobil Jalan Ring Road No.58 ABC, Tanjung Sari Kota Medan.” *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2024, 932–38.

<https://jicnusantara.com/index.php/jiic>.

Nawangasasi, Endah, Denny Mahendra, and Putri Amalia Iswandari.

“Pengaruh Interaksi Personal, Pemecahan Masalah Dan Kebijakan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Gondangrejo” 11, no. 2 (2024): 294–306.

Nikmah, Wahidatun, Aprilia Wulandari, Nufaila Putri, and Achmad

Candra Irawan. “Analisis Perbandingan Efektifitas Iklan Cetak Dan Iklan Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Istana Sarung Wonorejo” 2, no. Nurfadila 2024 (2025).

Nugraha, Gita Novia, Dini Rochdiani, and Sudrajat Sudrajat.

“Strategi Pemasaran Seblak Kecimpring Berbasis Offline Dan Online (Studi Kasus Pada UKM Raja Rasa Di Kelurahan Linggajaya Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 6, no. 3 (2019): 644. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i3.2547>.

Nurfajriani, Wiyanda Vera, Muhammad Wahyu Ilhami, Arivan

Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, and M Win Afgani. “Triangulasi Dalam Analisis Data Kualitatif.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 4, no. 2 (2024): 13–21. <https://doi.org/10.36733/pemantik.v4i2.9412>.

Nurfatikasari, Sindi, and Edi Susilo. “Pengaruh Pemasaran Syariah

Offline Dan Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Mengkonsumsi Produk Halal Bermerek Wardah.” *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 9, no. 2 (2024): 384–401. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>.

Nurliyanti, Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, and Baruna

Hadibrata. “Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review St.” *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Polotik* 2, no. 2 (2022): 12–36. <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>.

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): 256–70.
<https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>.

Oktavia, Vidya Dara, Sarsono Sarsono, and Fithri Setya Marwati. “Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 6, no. 1 (2022): 540.
<https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>.

Oktaviani, Nur, and Inda Sukati. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sun Care Wardah Di Kota Batam.” *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7, no. 3 (2025): 45–55.
<https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i3.9813>.

Ontarina, Nuela. “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya.” *Jurnal Mitra Manajemen* 6, no. 7 (2022): 397–407.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i7.625>.

Purnama, I Wayan, Adi Winata, I Made Artana, Putri Anugrah, and Cahya Dewi. “Analisis Efektivitas Metode Pemasaran Secara Offline Dan Online Terhadap Hasil Penjualan” 07, no. 3 (2024): 341–51.

Qomaruddin, and Halimah Sa’diyah. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.

Rabbani, Abdurrahman, and Awang Dharmawan. “Event Sebagai Komunikasi Pemasaran Untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus Pada Basha Market) Awang Dharmawan.” *Commercium* 04, no. 2 (2021): 183–93.

- Ramadhani, Alif Fajar, Nurul Akramiah, and Vita Fibriyani. "Pengaruh Strategi Pemasaran Offline Dan Online Terhadap Volume Penjualan Produk Pada Distro Realizm87 Kota Pasuruan" 2, no. 6 (2025): 562–69.
- Rendelangi, Aikal Bisma, Sahyunu Sahyunu, and Laode Abdul Manan. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan." *Sultra Journal of Economic and Business* 4, no. 1 (2023): 60–71. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.454>.
- Rezeki, Sri. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia." *Senashtek* 2024 2, no. 1 (2024): 351–58.
- Romdona, Siti, Silvia Senja Junista, and Ahmad Gunawan. "Teknik Pengumpulan Data Oservasi Dan Kuesioner." *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik* 3, no. 1 (2025): 39–47.
- Safitri, Erlin, Lina Auliana, Iwan Sukoco, Cecep Safaatul Barkah, Program Studi, and Ilmu Administrasi. "Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Erlin," no. Imc (2022): 259–67. <https://doi.org/10.55916/frima.v1i8>.
- Salsabila. "Apakah Iklan Media Cetak Masih Efektif Untuk Mendorong Minat Beli." *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan* 5, no. 2 (2020): 1–18.
- Saputra, Muhammad Aldi, and Ahmad Muhammad Ridho. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee(Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Kelurahan Kemas Rindo, Kecamatan Kertapati, Kota Palembang)." *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)* 9, no. 1 (2024): 12–22.
- Saputri, Eka Nur Laili, and Ahmad Dedy Syathori. "Efektifitas Sistem Pemasaran Offline Dan Online Terhadap Hasil Penjualan (Studi Kasus : Unit Mikro Kecil Dan Menengah

Ganesa Desa Claket).” *Jurnal Ketahanan Pangan* 3, no. 2 (2023): 15–19.

Sari, Nadia Puspita, Yeni Priatna Sari, and Dewi Kartika. “Analisis Komparatif Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada Umkm Renginang Umi Tegal,” n.d., 1–15.

Sari, SE. “Komitmen Konsumen Untuk Membeli Secara Offline Dibandingkan Online” 12, no. 1 (2016): 1–23.

Satria, Tri Bagus, Indah Listyani, and Brahma Wahyu K. “Pengaruh Pemasaran Online Dan Pemasaran Offline Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Coffeeshop Beli Kopi Kota Kediri.” *Musytari Neraca Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi* 5, no. 3 (2024): 80–90.

Sechan, Muhammad Rafi, Ahmad Khairul Hakim, Airlangga Bramayudha, Muhammad Rafi Sechan, and Airlangga Bramayudha. “Etika Bisnis Dalam Pemasaran Travel Haji Dan Umrah (Studi Pada PT Andamas Maburur Wisata Cabang Surabaya) Pada PT Andamas Maburur Wisata Cabang Surabaya),” 2025, 1–12.

Selpi, Selpi, Romi Adetio Setiawan, and Makmur Makmur. “Pengaruh Pemberitaan Kasus Penipuan Umroh Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Biro Perjalanan Umroh.” *Edunomika* 08, no. 04 (2024): 1–6.

Selviana, M.Pd.I Mustatho, and Ulfa Jamilatul Farida. “Analisis Strategi Pemasaran Online Dan Offline Toko Kue Ulang Tahun Mhira Cake Tepian Indah Bengalon Dalam Prinsip Etika Pemasaran Islam Pada Bisnisnya Melalui Promosi Online Maupun Offline . Perkembangan Zaman Yang Disebut” 2 (2025): 246–56.

Seran, Renyarosari Bano, Elia Sundari, and Muinah Fadhila. “Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen.” *Jurnal Mirai Management* 8, no. 1 (2023): 206–11.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download>

d/4054/2644.

Setiawan, Heri, and Jusmawi Bustan. “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 3, no. 1 (2017): 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.541>.

Shafitri, Windi, Jeni Kamase, Suriyanti, and Ratna Dewi. “Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop Dan Offline Store.” *Center of Economic Students Journal* 6, no. 2 (2023): 127–40. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>.

Sianipar, Kasiana, Nurfadila Nurfadila, and Sarhul Azkar Pohan. “Analisis Strategi Media Iklan Cetak.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8 nomor 2 (2024): 27188. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16743>.

Sitaman Said, Mukhlis. “Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Tahu Di Kelurahanpenatoi Kota Bima.” *Jurnal PenKoMi :Kajian Pendidikan Dan Ekonomi* 6, no. 1 (2023): 14–26.

Sitorus, Petra Herlan, Nurzam Nurzam, and Iswidana Utama Putra. “Strategi Pemasaran Berbasis Event Marketing Dan Sponsorship Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Produk Susu Cimory.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital* 4, no. 1 (2024): 47–58. <https://doi.org/10.37676/jambd.v4i1.7380>.

Sri Susilawati, Popon, Farhan Hilal, Nahla Aulia Azzahra, and Shafa Luthfiah Nurlaeli. “Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline Di Era Pandemi Covid-19.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 3 (2023): 1080–83. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1480>.

Sriwendiah, Sandra, and Wida Ningsih. “Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta).” *Jurnal Bisnis* 10, no. 1 (2022): 36–50.

<https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>.

- Stumeang, Angelica Br, and Rahman Amrullah Suwaidi. “Inovasi Pemasaran Offline PT Naruna Karya Bersama Dalam Membangun Hubungan Dengan Pelanggan” 8, no. 4 (2024): 107–10.
- Sudiyanto, Totok. “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Perumahan Pada PT. SAP Palembang Totok Sudiyanto,” 2011, 154–64.
- Sulung, Undari, and Mohamad Muspawi. “Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier.” *Tribal Architecture in Northeast India* 5, no. September (2024): 121–25. https://doi.org/10.1163/9789004263925_015.
- Suryani, Susie, and Syamsilasma Saleh. “Implementasi Pemasaran Islam Rasulullah Dalam Konteks Kontemporer.” *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 7, no. November (2024): 795–801.
- Susilawati, Ririn, Moh Imsin, and Khoirotun Nikmah. “Analisis Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang.” *Jurnal Ilmiah Akutansi*, n.d.
- Tjahjaningsih, Yustina Suhandini, Mohammad Mohammad, Rr Setyani Hidayati, Nurul Jannah Lailatul Fitria, Sabrina Maula Sabila, and Diana Supriyantika Dewi. “Pendampingan UMKM Pemasaran Secara Offline Dan Pemasaran Secara Online Pada UD. Artomoro Mebel.” *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 4 (2022): 1101–11. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3262>.
- Tsabita, Zahra Alifia, Ni Made, Ida Pratiwi, Program Studi, and Administrasi Bisnis. “Strategi Pemasaran Offline Pada PT Bumay Kacabawjaya” 12, no. 12 (2024): 10–13.
- Waruwu, Robert Onahia, Kurniawan Sarototonafo Zai2, Maria Magdalena Bate’e, and Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea. “Digital Di Dinas Komunikasi Pengoperasian Sistem Aplikasi

E-Arsip Dalam Memaksimalkan Manajemen Operasi Pelayanan Surat Masuk Dan Surat Keluar Berbasis Digital Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Nias Utara.” *Jurnal Emba* 12, no. 1 (2024): 1044–51.

Wijaya, Oscarius. “Strategi Customer Relationship Marketing.” *Lakeisha*, 2021, 138.

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>.

Yoebrilianti, Anggit, and Alvin Omar Dugarri. “Pengaruh Promosi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Indonesia.” *Sains Manajemen* 10, no. 2 (2025): 28–42. <https://doi.org/10.30656/sm.v10i2.10100>.

Yohana Walangitan, Brenda, Lucky OH Dotulong, and Jane G Poluan. “Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 4 (2022): 1–11.

“Ziarah Hati Indonesia,” n.d. <https://share.google/FcYyk75DasRh7Zv8l>.