













- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah marketing*. Mizan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Putri, D. K., & Rozaq, A. (2024). Studi komparatif pemasaran paket umroh dalam meningkatkan jumlah jamaah pada PT Mahabbah Wisata Semarang dan PT Arrahmah Kendal. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(4), 2339–2351.
- Republik Indonesia. (2019). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah.
- Republik Indonesia. (2025). Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Ibadah Haji dan Umrah.
- Syamsiyah, N. (2023). Strategi pemasaran produk umrah pada Travel Smarts Umrah Lampung. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(1). <https://doi.org/10.32332/multazam.v3i1.5399>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi.
- Zain, R. A., & Sugiharto. (2023). Optimalisasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jemaah umrah pada PT Sakinah Mandiri Cibinong Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 33–48.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.