

DAFTAR PUSTAKA

- A.W Ziraluo, Dkk. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Volume Penjualan Deterjen Daia Di UD. Yudita Desa Ndraso Hilisimaetano Agus.” *Jurnal Uniraya* (2021): 11–20.
- Agustina, Eka Santi dkk. *Manajemen Distribusi*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2024.
- Alim, Syaiful. *Menuju Umrah Dan Haji Mabror*. Yogyakarta: Laksana, 2018.
- Astuti, Dkk, Miguna. *Manajemen Ritel Konsep Dan Strategi*. Sleman: CV Budi Utama, 2024.
- Aulia, Karina Putri, and Muji Astuti. “USULAN MODEL PERHITUNGAN HARGA POKOK JASA PADA INDUSTRI TOUR & TRAVEL DENGAN METODE ACTIVITY BASED COSTING (ABC) (Studi Pada Perusahaan Jasa XYZ Travel).” *National Conference of Creative Industry*, no. September (2018): 5–6.
- Cahyono, Kukuh, and Ani Nurul Imtihanah. “Strategi Pemasaran Biro Umroh Dan Haji Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Biro Umroh Haji Di Kota Metro).” *MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 1, no. 2 (2021): 113–131.
<http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/Multazam113>.
- Darsana, dkk, I Made. *Strategi Pemasaran*. Badung: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Erina Alimin. *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022.
- Fadhallah. *Wawancara*. Jakarta Timur: Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi), 2020.
- Fakhrudin, dkk, Arif. *Bauran Pemasaran*. Sleman: CV Budi Utama, 2022.
- Febriandini, Elvina, Elvina Rohaini, Emma Puji Rahayu, Erlia Irma Anggraeni, Ervira

- Budi Aryati, and Akhmad Jazuli Afandi. "Optimasi Pemasaran Digital Sebagai Program Pendamping Pada Catering Dan Gado-Gado Bu Tatik Dalam Meningkatkan Omset." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 4 (2023): 646–650.
- Giwangkara, Iwan. *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah Dan Haji Khusus*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group, n.d.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace dkk. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Humaida, Afif, Ilma Dian Fasicha, M. Rifan Alghifari, and Puji Sri Lestari. "Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar." *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2024): 11–24.
- Johari dan Johar Arifin. *Tuntunan Manasik Haji Dan Umroh*. Yogyakarta: CV Istana Agency, 2019.
- Kharisma dan Kustin Hartini, Nadia. *Haji Dan Umrah: Sebuah Perjalanan Spiritual Dari Niat Hingga Tawaf Wada*. Bengkulu: CV Brimedia Global, 2024.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat." *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 145–151.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Muh. Umran, Dkk. *Strategi Manajemen Humas Dalam Konsep Teoritis*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka, 2023.

- Muhajarah, K, and L Hakim. “Promoting Halal Tourism: Penggunaan Digital Marketing Communication Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid.” *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, dan ...* 02, no. 01 (2021): 34–42.
<http://staisam.ac.id/jurnal/index.php/almuttaqin/article/view/35>.
- Noor, Juliansyah. *Metodelogi Penelitian*. 7th ed. Kencana Perdana Media Group, 2017.
- Purnama, Hikmat. “Efektifitas Manajemen Pelayanan Jamaah Haji Dan Umroh PT. Dallas Travel Sukabumi.” *Jurnal Multidisiplin West Science* 1, no. 01 (2022): 57–64.
- Ronny Anggrianto. *Saya Bukan Motivator*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 2014.
- Said, Muhammad Yusuf Saleh dan Miah. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Samirudin. *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*. Makassar: PT Nas Media Pustaka, 2023.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Suci Wulandari, Salman Daffa Nur Azizi, and Rifqi Thariq Hidayat. “Paradigma Ibadah Haji Dan Umroh Ditinjau Berdasarkan Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia.” *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2024): 171–188.
- Sugianti, Dkk. *Desain Penelitian Kualitatif Sastra Cetak Ke -1*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta, 2009.
- Ulum, A. R Shohibul. *Kitab Fikih Sehari-Hari Mazhab Syafi'i*. Yogyakarta: Anak

Hebat Indonesia, 2023.

Wahyudi. *Strategi Pemasaran Jasa*. Indramayu: PT Adab Indonesia, 2024.

Werdani, Riandhita Eri Dkk. *Strategi Pemasaran*. Mungkid: Pustaka Rumah Cinta, 2020.

Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Andi Offit, 2019.

Wijoyo, Hadion dkk. *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.

Zainuddin, Moch., and Addinin Nasikhah. “PERAN BUDAYA ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada LAZNAS Nurul Hayat Kediri).” *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2021): 1–41.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

1. Bagaimana PT Freshnel merancang produk jasa perjalanan religius agar dapat menarik perhatian dan minat calon pelanggan?
2. Apa keunggulan produk PT Freshnel yang membedakannya dari pesaing di pasar Yogyakarta?
3. Bagaimana strategi penetapan harga PT Freshnel untuk tiap jenis paket? apakah ada segmentasi tertentu seperti kelas menengah atau premium?
4. Melalui saluran distribusi atau media apa PT Freshnel menjangkau dan memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian (kantor cabang, online, agen)?
5. Strategi promosi apa yang paling efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keinginan pelanggan untuk memilih PT Freshnel?
6. Bagaimana peran tim marketing PT Freshnel dalam membangun hubungan, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong keinginan pelanggan?
7. Bagaimana proses pemesanan dan pelayanan dijalankan agar pelanggan tertarik dan terdorong melakukan pembelian?
8. Apa bukti fisik (misalnya kantor, brosur, website) yang digunakan PT Freshnel untuk memperkuat citra dan kepercayaan pelanggan?
9. Faktor apa yang biasanya mendorong pelanggan untuk melakukan tindakan pembelian setelah mengetahui PT Freshnel?
10. Bagaimana PT Freshnel menjaga loyalitas pelanggan agar mereka tetap menggunakan jasa dan merekomendasikannya kepada orang lain?

11. Bagaimana tren jumlah paket haji/umroh yang terjual dalam 3 tahun terakhir di PT Fresnel? (mulai dari tahun 2022-2024)
12. Berapa Gross Revenue yang dihasilkan dari penjualan paket dalam 3 tahun terakhir? (Jika Diizinkan)
13. Sejauh mana pertumbuhan penjualan (sales growth) dari tahun ke tahun, Berapa Persentase kenaikan penjualan dibanding periode sebelumnya (mulai dari tahun 2022-2024)?
14. Berapa rasio calon jamaah (leads) yang akhirnya membeli paket? Misalnya dari 500 inquiri, 100 orang membeli.
15. Apakah PT Fresnel memiliki persentase data atau estimasi pangsa pasar (market share) dibandingkan dengan pesaing di Kota Yogyakarta?
16. Berapa rata-rata harga paket yang dibeli per pelanggan?
17. Bagaimana cara PT Fresnel mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan setelah mengikuti program haji/umroh?
18. Apakah pelanggan cenderung kembali menggunakan layanan PT Fresnel atau merekomendasikannya? Berapa persentase pelanggan yang melakukan repeat order atau merekomendasikan ke keluarga/teman?
19. Bagaimana PT Fresnel membangun dan memperkuat brand awareness di masyarakat, terutama di wilayah Yogyakarta?
20. Bagaimana strategi PT Fresnel dalam memastikan kuota paket haji/umroh terpenuhi sebelum batas waktu yang ditentukan? Berapa persentase kuota paket yang berhasil dijual sebelum deadline?

21. Apakah terdapat kendala pembatalan paket dalam beberapa tahun terakhir?

Berapa jumlah pembatalan dan bagaimana strategi pemasaran diadaptasi untuk mengatasi hal tersebut?

22. Bagaimana perbandingan volume penjualan antara musim ramai dengan low season? Apa strategi yang digunakan PT Fresnel dalam menghadapi perbedaan musim (peak season vs. low season) dalam penjualan paket?

Lampiran 2: Wawancara dengan staf pengembangan bisnis PT Freshnel Kreasindo Perkasa



Lampiran 3: Wawancara dengan staf marketing PT Freshnel Kreasindo Perkasa



**Lampiran 4: Wawancara dengan Manajer PT Freshnel Kreasindo Perkasa
Cabang Kediri**



Lampiran 5: Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sunan Ampel No. 7, Kec. Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur. Kode Pos 64127

Telepon (0354) 689282 | Website: www.iainkediri.ac.id

Nomor : 0997/In.36/D4/PP.07.01.05/06/2025

Kediri, 13 Juni 2025

Lamp. : -

Perihal : **Permohonan Izin Riset / Penelitian**

Kepada

PT.Freshnel Kreasindo

Perkasa di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ZAYAN ASWA NUR AFIF

NIM : 21403070

Semester: 8

Prodi : MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH

Dalam rangka menyelesaikan studi dan menyusun skripsinya yang perlu melakukan penelitian lapangan. Untuk itu kami memohon agar mahasiswa yang bersangkutan diberi izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di wilayah / lembaga yang menjadi wewenang Bapak / Ibu, dalam bidang-bidang yang terkait dengan judul skripsinya, yaitu :

"Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada PT. Freshnel Kreasindo Perkasa di Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta)"

Mahasiswa yang melaksanakan riset/penelitian akan berkewajiban mentaati semua peraturan yang berlaku di lembaga/instansi tempat penelitiannya.

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu. kami sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Kepala Bagian Tata Usaha



JULFIANA EVARINI, SE.

NIP. 197107021998032002

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap **Zayan Aswa Nur Afif**, lahir pada tanggal 2 September 2002. Penulis beralamat di Desa Kepung Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Joko Wiyono dan Ibu Dwi iswanti. Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu Paud Aisyiyah Al Ma'ruf lulus pada tahun 2009, SD Negeri Damarwulan 4 lulus pada tahun 2015, SMP Negeri 1 Kepung lulus pada tahun 2018, SMK Negeri 1 Plosoklaten Jurusan Teknik Kendaraan Ringan lulus pada tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti Program Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri sampai sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Syekh Wasil Kediri.