

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyani, R. ... Putra, A. R. (2021). *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi*. 12(3), 211–222.
- Adwimurti, Y. ... Prihanto, H. (2023). *The Effect of Service Quality and Price On The Purchase Decision of Aqu Tour Umrah Packages*. 1(4), 2337–2353.
- Agus Dwi Darmawan. (2025). *Statistik Penduduk Beragama Islam di Sumatera Barat 2015-2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/8ed947eb0d7e029/97-6-penduduk-di-sumatera-barat-beragama-islam>
- Akhmad, S. W. (2025). *Jumlah Jemaah Umrah Indonesia Tembus 648 Ribu pada 2025*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/jumlah-jemaah-umrah-indonesia-tembus-648-ribu-per-april-2025-terus-meningkat-sejak-2022-myGHb>
- Aliza, P., & Akbar, N. (2024). *The influence of brand image , halal label , and religiosity on the purchasing attitude of local halal cosmetics in Bogor*. 10(1), 169–182.
- April, V. N., & Muzakkir, S. (2025). *Religius Marketing dalam Bisnis Travel Haji dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital di Media Sosial)*. 7(1), 39–52. <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.3419>
- Ardhani, Z. (2025). *Building customer loyalty through brand trust , service quality , and satisfaction in religious tourism*. 8(3), 2065–2076. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i3.6944>
- Auladi. (2026). *Daftar 10 Travel Umroh Resmi di Padang, Sumatera Barat*. GoBaitullah.Com. https://www.gobaitullah.com/2022/05/daftar-travel-umroh-resmi-di-padang.html#10_Travel_Umroh_Resmi_di_Padang,_Sumatera_Barat
- Aulia, L. R. ... Umrah, P. (2024). *Efektivitas Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqeen Travel*. XII(September), 220–248.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Agama (Jiwa), 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Padang. <https://padangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/Mjqxlzl%3D/jumlah-penduduk-menurut-agama.html>
- Bagus, I. M. ... Yasa, K. (2024). *The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention*. 2(4).
- Dr. Amruddin, S.Pt., M. Pd., M. S. ... Dr. Atik Badi'ah, S.Pd, S.Kp, M. K. (2022). *Metode Penelitian Kuantatif dan Kualitatif* (M. K. Ns. Arif Munandar, S. Kep. (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). *Metode penelitian Ilmiah* (M. K. Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom. (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) - (Q. Media (ed.); 01 ed.)*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Fatikhin, R. ... Abdulloh, W. (2024). *Klasifikasi Minat Jamaah terhadap Kajian Islami*.

2(5).

- Febrianda, D., & Saputra, H. (2025). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Layanan Internet Indihome Di Desa Mekar Sari Kecamatan Deli Tua*. 5.
- Firdos, E. ... Yogyakarta, K. (2023). *Building Company Image And Trust Of Prospective Hajj And Umrah Pilgrims Through Public Relations Strategies*. 3(2).
- Fitriani, S., & Stevano, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Travel Umrah & Haji Terhadap Kepuasan Konsumen Somariah*. 1(1), 22–26.
- Ghaffar, I. N., & Praswati, A. N. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Ketertarikan Konsumen Melalui Hedonic dan Fungsional Brand Image*. 7(April), 352–363.
- Hanafi, I. ... Ibrahim, H. (2025). *Kontribusi Program Irigasi Perpompaan terhadap Ketahanan Pangan Masyarakat di Kabupaten Tana Toraja*. 4(12), 4390–4400.
- Haryono, G., & Albetris. (2023). *The Role of Brand Image Mediation on Consumer Intersert in Choosing Umrah and Hajj Service in the New Normal Era*. 6(2), 169–181.
- Hazieq, M. N. ... Hafiz, A. (2024). *Inovasi Layanan Manajemen Haji dan Umroh : Memanfaatkan Media Sosial untuk Edukasi dan Informasi Jamaah*. 3.
- Herdioko, J. ... Wahidin, J. (2021). *Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19*. <http://dx.doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.395>
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). *The Centrality of Religiosity Scale (CRS)*. 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Idris, M. ... Pono, M. (2020). *Membangun Konsep Brand Religiosity Image dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris yang Relevan)*. 6(01), 14–21.
- Idris, M. ... Virmanda, S. (2024). *Research Business and Economics Studies*. 4(1), 12–20.
- Ir. Dian Meliantari, M. (2023). *Produk dan Merek* (Petama (ed.)). Cv. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Irfana, M. S. ... Kanaya, E. (2025). *Analisis Manajemen Pengembangan Pemasaran Online di Media Sosial Tiktok Lewat Data SWOT Travel Umrah PT Rihlah Saidah Haramain*. 4(2), 856–864.
- Ismuni, M. (2024). *The Influence of Religiosity on Repurchase Intention with Perceived Behavioral Control and Brand Image as Connecting Factors*. 12(1), 303–310.
- Istiqomah, N. H. ... Husniyah, L. (2023). *Strategi Pemasaran Digital : Meningkatkan Minat Calon Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Melalui Media Sosial*. 01, 1–9.
- Istiqomah, N. H. ... Husniyah, L. (2024). *Strategi Pemasaran Digital ; Meningkatkan Minat Calon Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah*. 4, 1–7.
- Jasin, M. (2022). *The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention of SMEs Product*. 01(04), 54–62.

- Jasiah, P. T. ... Suardana, W. (2024). *Analyzing Facebook as a Promotional Tool for Umrah Services : A Study of*. 1(1), 60–68.
- Jasmine Jasmine, C. K. (2025). *Peran Pemasaran Media Sosial dan Citra Merek terhadap Minat Beli*. 1(September), 29–34.
- Joseph F. Hair, J. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Mashudi ... Indrawati, R. S. (2023). *Leveraging Social-Media: Building Exceptional Brand Image and Brand Awareness*. 44–53.
- Maulana, N., & Marsasi, E. G. (2024). *Perceived Risk And Trust To Maximize Purchase Intention Through Planned Behavior Theory*. 29(03), 570–591.
- Maulana, R., & Putri, C. M. (2025). *2025 Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES) Pengaruh Persepsi Religiusitas Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah di Provinsi Aceh*. 2(4), 192–200.
- Meliawati, T. ... Aruman, A. E. (2023). *The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention*. 8, 77–92.
- Muhammad Ihsan Arief, G. M. I. H. (2022). *Umrah Pra dan Era Pandemi: Perubahan Sosial dan Sikap Keberagamaan*. 16(5), 1864–1875.
- Muhammad Said. (2025). *Wamenag: Pembatalan Jamaah Umrah Ke Tanah Suci Suatu Kecelakaan*. ANTARA KANTOR BERITA INDONESIA. https://www.antaraneews.com/berita/4773341/wamenag-pembatalan-jamaah-umrah-ke-tanah-suci-suatu-kecelakaan?utm_source=chatgpt.com
- Muhammad Zulfikar. (2025). *BKK Padang Temukan Jamaah Umrah Gunakan Sertifikat Meningitis Palsu*. ANTARA KANTOR BERITA INDONESIA. https://www.antaraneews.com/berita/4562690/bkk-padang-temukan-jamaah-umrah-gunakan-sertifikat-meningitis-palsu?utm_source=chatgpt.com
- Nur Rahmadani, Muhammad Zuhirsyan, A. K. (2021). *Pengaruh Persepsi, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Mahasantri di Bank Syariah*. 2(2), 159–169.
- Padaniah, N. Y., & Haryono. (2021). *Perspektif Sosiologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1–14.
- Prof. Bambang Suryadi, P. ., & Bahrul Hayat, P. . (2021). *RELIGIUSITAS* (Pertama (ed.); Issue 40). Bibliosmia Karya Indonesia.
- Prof. H. Imam Ghozali, M. C. (2023). *Smart PLS 4.0* (01 (ed.)).
- Purwanto, N. ... Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior* (1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Putri, D. A. L. ... Anas. (2025). *Pengaruh Kemampuan Finansial dan Daftar Tunggu Terhadap Minat Haji Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. 8(November), 451–462.
- Rahayu, W. ... Widiyanti, M. (2023). *The Influence Of Word Of Mouth And Brand Image*

- On Consumers ' Decisions To Choose Umrah Tour And Travel Services At Pt . Al-Shafwah Independent Tourism Smarts Umrah Palembang. 03(08), 1952–1957.*
- Rama Ady Pranata, I Made Kusuma Negara, I. P. S. (2022). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali. 10(2), 324–331.*
- Ramadanti, T. A. ... Isaskar, R. (2025). *The Effect of E-WOM and Religiosity on “ X ” Company ' s Customer Satisfaction. 8(3), 942–952.*
- Sayyidah, A. F. ... Nomor, M. U. (2022). *Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis. June, 103–115.*
- Siombing, Pardomuan Robinson SST, M. S. ... Dr. Lianna Wijaya, A.Md., S.E., M.M.S.I Dr. Ikram Muhammad, S. Pd., M. S. (2024). *Aplikasi Smart PLS 4.0* (M. P. Dr. Ismail Marzuki (ed.); 01 ed.). MINHAJ PUSTAKA.
- Solahuddin, M., & Ramli, Y. (2023). *The Influence of Religiosity and Destination Image with Travel Motivation as an Intervening Variable to Intention to Visit on Umrah Travel Agents. 10, 343–355.*
- Spm.or.id. (2025). *Media Sosial Cara Bijak Memanfaatkan.*
- Stansyah, M. R. ... Choirunnisa, R. (2023). *Industri Makanan dan Minuman Perilaku Pemesanan Pelanggan. 11(1).*
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (5 (ed.); Dr. Ir. Su). ALFABETA.
- Suryawan, R. F., & Assagaf, A. (2025). *Enhancing Company Value through Customer Loyalty in Umrah Travel Agencies. 13(4), 2781–2794.*
- Taufik, I. ... Sukmarani, W. (2024). *Pengaruh Brand Image , Desain Produk , Dan Customer Experience. 3, 62–74.*
- Ute Lies Siti Khadijah, Evi Novianti, and R. K. A. (2022). *Social Media In Guiding And Marketing Religios Tourism: The Case Of Umrah And Haji Service. 24(1), 69–76.*
- Wardhana Aditya. (2024). *Perilaku Konsumen* (P. Mahir Pradana (ed.); 1st ed.). CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wulandari, N. P. A. A., & Respati, N. N. R. (2024). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Somethinc. 13(6), 913–934.*
- Yudiawan, M. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. 11(3), 815–823.*