

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA
PERJALANAN IBADAH UMRAH
(Studi Kasus pada PT. Zahara Mutiara Bakkah Depok)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

Salim Abdullah

1403387

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019**

Salim Abdullah, 2019

*IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT.
ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Implementasi Marketing Mix Syariah pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus pada PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

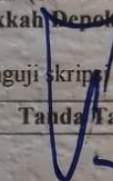


Bandung, Juli 2019
Yang Membuat Pernyataan

Salim Abdullah
NIM 1403387

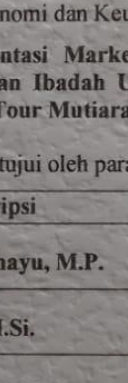
**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI)
UJIAN SKRIPSI
PROGRAM SARJANA ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM (SI)
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

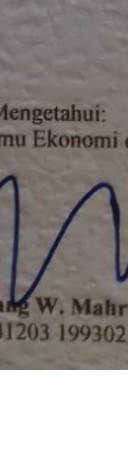
Tanggal Ujian Skripsi : 31 Juli 2019
Penyusun : Salim Abdullah
NIM : 1403387
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam
Judul Skripsi : **Implementasi Marketing Mix Syariah pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus pada PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok)**

Telah direvisi, disetujui oleh para penguji skripsi

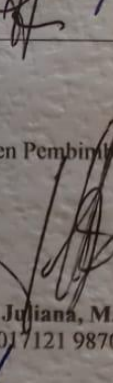
No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P.	
2.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	
3.	Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy.	

Bandung, Agustus 2019

Dosen Pembimbing I,

Dr. Hilda Monoarfa, M.Si
NIP. 19711026 199702 2 001

Dosen Pembimbing II,

Dr. Juliana, M.E.Sy
NIP. 92017121 987071 0 101

Mengetahui:
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam


Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 19641203 199302 1 001

Salim Abdullah (1403387). “**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (Studi Kasus pada PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok)**”, dibawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si dan Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRAK

Fenomena dalam penelitian ini didasarkan pada perkembangan bisnis travel Haji dan Umrah yang cepat namun banyak menimbulkan problem diantaranya penipuan dengan berbagai motif dan menggunakan skema ponzi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat implementasi marketing mix syariah oleh Zahara Tour Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan statistika deskriptif. Adapun jumlah sampel penelitian berjumlah 83 orang jamaah umrah Zahara Tour tahun 2017 dengan berbagai macam perbedaan latar belakang jenis kelamin, pendapatan, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Secara umum dimensi marketing mix syariah Zahara Tour Depok masuk kriteria baik, hanya terdapat beberapa dimensi yang perlu ditingkatkan diantaranya dimensi produk dan promosi. Sedangkan dimensi harga, proses, orang, tempat, janji, bukti fisik dan sabar masuk dalam kriteria sangat baik. Adapun indikator yang mempunyai nilai terendah adalah tingkat keberagaman paket umrah yang ditawarkan dan tingkat daya tarik iklan yang di promosikan. Beberapa dimensi dan indikator yang perlu ditingkatkan berimplikasi terhadap peningkatan volume penjualan yang dicapai, kepuasan jamaah menggunakan jasa Zahara Tour, peningkatan pelayanan dan peningkatan daya saing Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). Implementasi marketing mix syariah dalam dimensi produk dan promosi perlu ditingkatkan lagi dari segi strategi dan pelaksanaannya dengan menambah pilihan paket umrah yang menarik dan mampu bersaing dengan travel umrah lainnya. Zahara Tour juga perlu memahami bagaimana mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi dengan maksimal agar dapat menjangkau potensi pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Marketing Mix Syariah, Jamaah Umrah, PT. Zahara Tour Depok

Salim Abdullah (1403387). **"IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX SHARIA IN THE TRAVEL OF UMRAH (Case Study at PT. Zahara Bakkah Pearl Tour Depok)"**, under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si dan Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRACT

The phenomenon in this study is based on the rapid development of the travel business of Hajj and Umrah, but many have caused problems including fraud with various motives and using the Ponzi scheme. This study aims to measure the level of implementation of sharia marketing mix by Zahara Tour Depok. The research method used is descriptive quantitative analysis techniques using deskriptif statistics. The number of research samples is 83 people in the 2017 Umrah Zahara Tour congregation with a variety of differences in gender, income, age, education and employment. In general, the dimensions of the Shariah Zahara Tour Depok marketing mix are in good criteria, there are only a few dimensions that need to be improved including product dimensions and promotions. While the dimensions of price, process, people, place, promise, physical evidence and patience are included in the criteria very well. The indicator that has the lowest value is the level of diversity of the Umrah package offered and the attractiveness of the advertisements that are promoted. Some dimensions and indicators that need to be improved have implications for the increase in sales volume achieved, satisfaction of pilgrims using the services of Zahara Tour, improving services and increasing competitiveness of Umrah Travel Organizers (PPIU). The implementation of Syairah's marketing mix in the dimensions of products and promotions needs to be improved in terms of strategy and implementation by increasing the choice of attractive Umrah packages and being able to compete with other Umrah. Zahara Tour also needs to discuss how to optimize the use of social media as a promotional tool to the fullest to be able to take advantage of the wider market potential.

Keyword: Marketing Mix Sharia, umrah congregation, PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wataa'illa yang selalu memberikan nikmatnya kepada kita semua, nikmat iman, takwa serta persaudaraan sehingga sampai saat ini kita dapat bersilatullah dan *Thalabul Ilmi*. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad ﷺ semoga risalahnya sampai kepada kita selaku umatnya hingga akhir zaman. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi ini. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Implementasi Marketing Mix Syariah pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus pada PT. Zahara Mutiara Bakkah Depok)”**.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan yang berikutnya.

Bandung, Juli 2019

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Telaah Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Kajian Konsep Teori Marketing <i>Mix</i> Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Marketing <i>Mix</i> Syariah	Error! Bookmark not defined.
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.4. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Zahara Mutiara Bakkah.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi Misi PT. Zahara Mutiara Bakkah...	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Motto PT. Zahara Mutiara Bakkah	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Produk PT. Zahara Mutiara Bakkah	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Produk	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Proses.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Orang	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Tempat	Error! Bookmark not defined.
4.2.7 Janji	Error! Bookmark not defined.
4.2.8 Bukti Fisik	Error! Bookmark not defined.
4.2.9 Sabar	Error! Bookmark not defined.
4.3 Implementasi Marketing Mix Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	10
Lampiran – Lampiran.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1 Instrumen/Angket Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Hasil Output Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Hasil <i>Output</i> Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Gambaran Responden	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7 Catatan Bimbingan Skripsi	Error! Bookmark not defined.

Lampiran 8 Hasil Plagiarisme	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9 Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10 <i>Curriculum Vitae</i> Penulis	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin Laki- laki.. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin Perempuan. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin Perempuan. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 18-25**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 27-35**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 36-44**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 45-53**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 54-62**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendidikan SMA/Sederajat**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendidikan Perguruan Tinggi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Implementasi Marketing Mix Syariah Pekerjaan PNS **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Implementasi Marketing Mix Syariah Pekerjaan Pegawai Swasta**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Implementasi Marketing Mix Syariah Pekerjaan Wirausaha **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Implementasi Marketing Mix Syariah Pekerjaan Mahasiswa..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendapatan < Rp 2.500.000**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendapatan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendapatan > Rp 10.000.000**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Implementasi Dimensi Produk.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Implementasi Dimensi Harga.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Implementasi Dimensi Promosi**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Implementasi Dimensi Proses**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Implementasi Dimensi Orang**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.25 Implementasi Dimensi Tempat**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4.26 Implementasi Dimensi Janji.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4.27 Implementasi Dimensi Bukti Fisik**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4.28 Implementasi Dimensi Sabar**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4.29 Implementasi marketing mix syariah..**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4.30 Daftar Harga Paket Umrah Zahara Tour**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Produk PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 3 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin Laki-laki**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 4 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin Perempuan**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 5 Implementasi Marketing Mix Syariah Jenis Kelamin..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Usia.....**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 7 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 18-25 Tahu..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 8 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 27-35 Tahun..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 9 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 36-44 Tahun..... **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 10 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 45-53 Tahun..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 11 Implementasi Marketing Mix Syariah Usia 54-62 Tahun..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 12 Hasil Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 13 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 14 Implementasi Marketing Mix Syariah Responden Pendidikan terakhir SMP/Sederajat**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 15 Implementasi Marketing Mix Syariah Responden Pendidikan terakhir SMA.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 16 Implementasi Marketing Mix Syariah Responden Pendidikan terakhir SMA/Sederajat.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 17 Implementasi Marketing Mix Syariah Pendidikan Terakhir... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 18 Responden Berdasarkan Pekerjaan .**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 19 Implementasi Marketing Mix Syariah dengan pekerjaan PNS**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 20 Responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 21 Implementasi Marketing Mix Syariah Responden dengan pekerjaan Wirausaha**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 22 Implementasi Marketing Mix Syariah Responden dengan pekerjaan Ibu Rumah Tangga**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 23 Implementasi Marketing Mix Syariah responden dengan pekerjaan Pelajar/mahasiswa**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 24 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan Pekerjaan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 25 Responden Berdasarkan Pendapatan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 26 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan pendapatan < Rp 2.500.000**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.27 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan pendapatan Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.28 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan pendapatan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 29 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan pendapatan > Rp 10.000.000**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 30 Implementasi Marketing Mix Syariah berdasarkan pendapatan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 31 Implementasi marketing mix syariah**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khatib, Y., & Al-Torkistan, H. M. (2000). The Evaluation of the Saudi Firms' Marketing Practice from Islamic point of View. *Journal of King Abdulaziz University Islamic Economics*, 12(1), 10. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3074258
- (2018, Mei Kamis). Retrieved from kemenag.go.id: <https://haji.kemenag.go.id/v3/basisdata/waiting-list>
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Abuznaid, S. (2012). An-najah Univ. J. Res (Humanities). Vol. 26(6). *Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market*.
- Achmad, S. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN MALIKI Press.
- Adiwarman, K. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aini, Z. (2016). *Implementasi Strategi Nine P's Of Marketing Mix dalam Pemasaran Biro Perjalanan Umroh dan haji (Studi Kasus di PT. Arofahmina Tour dan Travel Surabaya)*.
- Akdon, H. (2005). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- Al muddatstsir Dwi, U. S. (2017). Jurnal Ekonomi dan Bisnis. *Implementasi Marketing Mix Tabungan Haji Pada PT. Panin Bank Syariah, tbk Cabang Malang*, 28.
- Al Muddatstsir, U. . (2017). Impelementasi Marketing Mix Tabungan Haji Pada PT. Panin Bank Syariah, TBK Cabang Malang. *journal EBIS*, 2.
- Ala. (2016, Maret Rabu). Retrieved from Departemen Agama Indonesia: <http://www.bimaislam.depag.go.id>
- Amalia, E. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*. Depok: Gramata Publishing .
- An-Nabhani, T. (2009). *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Persfektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Arifin, Z. (2012). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Azwar, S. (2014). *Psikologi Intelligensi*. Yogyakarta.
- Bahri, S. (2013). Episteme. *Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*.
- Bamiduro, J. A. (2012). Internasional Journal of Business and Management. *Marketing Mix Practice as a Determinant of Entrepreneur Business performance*, 5.
- Budiwati, H. (2012). Jurnal WIGA Vol. 2, September 2012 ISSN No 2088-0944. *Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang*, 41-42.
- Chai, G. L. (2009). Internasional Journal of Marketing Studies. *A review of Marketing Mix: 4Ps or More?*, 4.
- Chan, A. P. (2017). Parahyangan Internasional accounting and business conference . *Sharia Marketing Analysis In Noor Hotel Bandung*, 17-18.
- Darmawati. (2013). Hukum Dagang Islam. *Jurnal Al-Risalah*, 147-162.
- Dewi, M. (2015). Iqtishadia. *Dinamika Bisnis Travel Umrah Se Kota Pasuruan Di Era Globalisasi*, 3.
- Dicho Pradipta, H. k. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *Survei pada konsumen pembeli dan pengguna kartu perdana simPATI telkomsel di lingkungan mahasiswa jurusan administrasi bisnis angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, 1.
- Djakfar, M. (2012). Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: Penebar Plus.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hall, M. (2005). The Chartered Institute of Marketing. *Marketing and the 7Ps: A brief Summary of Marketing And How It Works*, 9.
- Hastono. (2007). *Analisis Data Kesehatan*. Jakarta: FKM UI.
- Hatim, M. A. (2018, Januari 22). *republika.co.id*. Retrieved from Ithram.co.id: <http://m.republika.co.id/berita/jurnal-haji/berita-jurnal-haji/18/01/22/p2yhn1396-travel-umrah-nakal-diaudit>

- Horovitz, J. (2000). *Seven Secret of Service Strategy*. Great Britain: Prentice Hall.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ita, N. (2014). Jurnal Khatulistiwa. *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, 1.
- Jalal Ad-din Al-mahalli, J. A.-d.-s. (2011, November 13). Retrieved from Indonesiaquran.com: <https://www.indonesiaquran.com/qs-4-29-quran-surat-an-nisa-ayat-29-terjemah-bahasa-indonesia>
- Jalaludin, R. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Judge, R. S. (2002). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat .
- Juliana, J., Pratama, B., & Firmansyah. (2016, Mei). Telaah Pemikiran Ekonomi Islam : Yahya Bin Adam Al-Qarashi (± 140 H/755 M – 203 H/818 M). *Ekspansi*, 8(1), 82.
- Juliana, Marlin, R., Saripudin, U., & Khatimah, H. (2017). Syariapreneur: The New Paradigm of Islamic-Based Entrepreneurship. *1st International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1, 668-672.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, H. d. (2008). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan pustaka.
- Khaerul, U. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Kotler, P. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, A. E. (2008). *Analisis Jalur (Path Analisis)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen TKPN.
- Latan, H. d. (2013). *Analisis Multivariante Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: ALVABETA.
- Latan, I. G. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

- Lupiyoadi R, H. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mat Ali, M. I. (2017). Journal Of Technical And Vocational Education. *The Implementation Of Islamic Work Ethics And Marketing Mix: Innovative Work Behavior Evidance From Tok Keramat Catering*, 48.
- Miles, M. H. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Moeleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mudrajad, K. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM TKPN.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Myers, C. A. (2003). Journal of Product & Brand Management. *Managing brand equity: a look at the impact of attributes*, 1.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Persepektif Islam. *Fokus Ekonomi (FE)*, 9(1), 54.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurgiyantoro, B. (2012). *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta: BPFE.
- Nurul huda, K. H. (2017). *Pemasaran Syariah : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- patton, M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. California: Sage Publications.
- Philip, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Phillip, K., & Keller. (2012). *Marketing Management*. England: Prentice Hall, Inc.
- Pradipta, D. H. (2016). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 34 No.1 . *Pengaruh Brand equity terhadap keputusan pembelian* , 141.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahayu, I. N. (2015). Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship. *Marketing Mix Analysis Of Natural Tourism Area 'Kawah Putih' And Its Effect On Visitors Decision*, 78.
- Ridwan, A. (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi & Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.

- Saeed, M. A. (2001). *Journal of Business Ethics. Internasional Marketing Ethics From An Islamic Perspective: A value-Maximization approach*, 8.
- Sani, A. M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: Maliki Press.
- Santoso. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, L. H. (2018). *Analalisis Strategi Marketing Mix di BMT Mitra Usaha Ummat Yogyakarta Dalam Perspektif Islam*.
- Satori, D. (2007). *Profesi Keguruan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shawi, A. M. (2004). *Fiqih Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukardi. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. &. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Syaodih, S. N. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaha Rosda Karya.
- Syukur, A. P. (2017). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Konsep Marketing Mix Syariah*, 19.
- Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umam, K. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV. pustaka Setia.
- Wood, A. F. (2005). *Online Communication: Linking Technology, identity, and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Yusanto, M. I. (2002). *Mengagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- zaharatour. (2018, Mei 26). *PT. Zahara Mutiara Bakkah*. Retrieved from zaharatour.com: <http://zaharatour.com/tentang-kami/>

Salim Abdullah, 2019

IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu