

KOMUNIKASI PEMASARAN PT. RAIHAN ALYA TOUR DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I)



Oleh:

KARTINI
NIM. 090 311 0290

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
JURUSAN DAKWAH PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **KOMUNIKASI PEMASARAN PT. RAIHAN ALYA
TOUR DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN**

NAMA : **KARTINI**

NIM : 090 311 0290

JURUSAN : DAKWAH

PROGRAM STUDI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JENJANG : STRATA SATU (S.1)

Palangka Raya, Juni 2014

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra.Hj. Rahmaniar, M.Sl.
NIP.195406301981032001

Siti Zainab, MA.
NIP.197406162000032001

Mengetahui :

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga,

Ketua Jurusan Dakwah dan
Komunikasi

Drs. Fahmi, M. Pd.
NIP. 196105201999031003

Hakim Syah, M.A.
NIP. 197902242006041002

NOTA DINAS

Palangkaraya, April 2014

Hal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Kartini
Lamp : 4 Eks

Kepada
Yth.Ketua Jurusan Dakwah
u.p. Panitia Ujian Skripsi
di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya,
maka kami berpendapat bahwa skripsi mahasiswa :

NAMA : Kartini
NIM : 090 311 0290
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : **KOMUNIKASI PEMASARAN PT. RAIHAN ALYA TOUR
DALAM MINAT KONSUMEN.**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam
Demikian,atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I ,

Pembimbing

Drs.Hj. Rahmaniar, M.SI.
NIP. 195406301981032001

Siti Zainab, MA.
NIP.197406162000032001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **KOMUNIKASI PEMASARAN PT. RAIHAN ALYA TOUR DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN** Oleh KARTINI NIM: 0903110290 telah dimunaqasyahkan pada Tim Munaqasyah Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 23 Rajab1434 H/23 Mei 2014 M

Palangka Raya, Mei 2014

Tim Penguji:

1. **HakimSyah,M.A.** (.....)
Ketua Sidang/Anggota
2. **Dr.H.Jirhanuddin,M.Ag** (.....)
Penguji I/ Anggota
3. **Dra.Hj.Rahmaniar,M.SI.** (.....)
Penguji II/ Anggota
4. **SitiZainab,MA.** (.....)
Sekretaris/ Anggota

Ketua STAIN Palangka Raya,

Dr. IBNU ELMI A.S PELU, SH, MH
NIP. 19750109199903 1 002

KOMUNIKASI PEMASARAN PT. RAIHAN ALYA TOUR DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN

ABSTRAKSI

Saat ini banyaknya bermunculan perusahaan jasa travel haji dan umrah, maka sangat dibutuhkan komunikasi pemasaran atau strategi promosi untuk mengungguli para pesaing dalam menawarkan berbagai macam produk dan fasilitasnya.

Rumusan masalah yaitu bagaimana komunikasi pemasaran PT. Raihan Alya Tour dalam menarik minat konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi pemasaran PT. Raihan Alya Tour dalam menarik minat konsumen.

Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Subyek dalam penelitian ini adalah PT. Raihan Alya Tour yaitu Komisaris I Ustad H.M.Al Ghifari, Bidang Keuangan Budi Sulistio, Bidang Adminitrasi Ery Nofrizal dan 5 informan: Hj.Halidah, Riani Sarwidah, Imas, Masliana dan Normi . Sedangkan objek penelitian ini adalah komunikasi pemasaran PT. Raihan Alya Tour.

Hasil penelitian ini yaitu bauran komunikasi peasaran yang digunakan PT.Raihan Alya Tour dalam menarik minat konsumen. Bauran kommunikasi pemasaran memiliki beberapa cara yaitu TVRI Kalimantan Tengah, hubungan masyarakat, brosur, spanduk, *billboard*, publikasi, dan *WOM*. Akan tetapi *WOM* merupakan bauran komunikasi pemasaran utama PT.Raihan Alya Tour, sebagian besar informan yang menggunakan jasa haji dan umrah tertarik melalui *WOM*.

Kata Kunci : Komunikasi, dan Pemasaran

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, pemilik dan sumber segala ilmu, yang hidayah-Nya selalu terpancar kepada makhluk-Nya, sehingga penulis yang berada pada bagian yang amat kecil dari sebuah titik makhluk-Nya, mampu menyelesaikan skripsi ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan program studi Strata Satu (S-1) dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I), pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dan dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ibnu Elmi A.S Pelu, S.H M.H . Selaku ketua STAIN Palangka Raya.
2. Bapak Drs. Fahmi, M. Pd, selaku wakil ketua bidang akademik dan pengembangan lembaga STAIN Palangka Raya.
3. Bapak Hakim Syah M.A. Sebagai Ketua Jurusan Dakwah STAIN Palangka Raya.
4. Pengelola Program Khusus Kajian Keislaman dan staf jurusan dakwah dan komunikasi serta pimpinan dan karyawan perpustakaan STAIN Palangka Raya

yang telah memberikan pelayanan prima kepada penulis serta seluruh civitas akademika STAIN Palangka Raya.

5. Ibu Dra.Hj.Rahmaniar M.SI dan Ibu Siti Zainab, M.A. selaku pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktunya dan memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh subjek penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan pimpinan PT. Raihan Alya Tour Palangka Raya khususnya Ustad H. Muhammad Ghifari, S.Sos.I dan Informan yang menjadi subyek yang memberikan informasi dan data sehingga lancarnya proses penelitian.
7. Teman-teman, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2009 baik reguler maupun khusus, terimakasih telah mendorong dan memotivasi ke arah yang positif dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tuaku, yang begitu banyak melakukan segalanya untuk penulis dan tidak akan pernah dapat penulis membalas kebaikan dan pengorbannya.

Akhirnya penulis dengan hamparan kedua tangan disertai ketulusan, mendo'akan semoga bantuan, dukungan, bimbingan dan perhatian yang telah diberikan semua pihak akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT disertai limpahan rahmat, hidayah dan berkah-Nya. Amin Rabbal alamin..

Palangka Raya, April 2014

PERNYATAAN ORISINALITAS



Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:
**KOMUNIKASI PEMASARAN PT.RAIHAN ALYA TOUR DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN**, adalah benar karya saya sendiri dan bukan
hasil penjiplakan dari karya orang lain, dengan cara yang tidak sesuai dengan
etika keilmuan.

Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap
menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, April 2014

Yang Membuat Pernyataan,

KARTINI
NIM. 0903110290

MOTTO

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَنَحْنُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim, barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

(QS. Ali-Imran [3] ayat: 97)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan 0543/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf Latin.

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak Dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba | b | Be |
| ت | ta | t | Te |
| ث | śa | ś | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | j | Je |
| ح | h}a | h} | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | kh | ka dan ha |
| د | dal | d | De |
| ذ | zal | z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra | r | Er |
| ز | zai | z | Zet |
| س | sin | s | Es |
| ش | syin | sy | es dan ye |

| | | | |
|---|--------|-----------|-----------------------------|
| س | s}ad | s} | es (dengan titik di bawah) |
| ذ | d}ad | d} | de (dengan titik di bawah) |
| ط | t}a | t} | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | z}a | z} | zet (dengan titik di bawah) |
| ء | 'ain |'.... | Koma terbalik di atas |
| غ | gain | g | Ge |
| ف | fa | f | Ef |
| ق | qaf | q | Ki |
| ك | kaf | k | Ka |
| ل | lam | l | El |
| م | mim | m | Em |
| ن | nun | n | En |
| و | wau | w | We |
| ه | ha | h | Ha |
| ء | hamzah | ...}'... | Apostrof |
| ي | ya | y | Ye |

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------------|---------|-------------|------|
| -----◌----- | Fath}ah | a | A |
| -----◌----- | Kasrah | i | I |
| -----◌----- | D}ammah | u | U |

Contoh:

كَتَبَ : kataba
ذَكَرَ : zukira

يَذْهَبُ : yažhabu
سُئِلَ : su'ila

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf | Nama |
|-----------------|-----------------|----------------|---------|
| يَ -- َا | Fath}ah dan ya | ai | a dan i |
| وَ -- َا | Fath}ah dan wau | au | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوَّلَ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translitrasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|--------------------------|-----------------|---------------------|
| يَ -- َا | Fath}ah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| يَ -- ِي | Kasrah dan ya | ī | i dan garis di atas |
| وَ -- ُو | D{ammah dan wau | ū | u dan garis di atas |

Contoh:

قَالَ : qāla
رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla
يَقُولُ : yaqūlu

D. Ta Marbut}ah

Transliterasi untuk ta marbut}ah ada dua.

1. Ta Marbut}ah hidup
Ta marbut}ah yang hidup atau mendapat harkat fath}ah, kasrah dan D{amah, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta Marbut}ah mati
Ta marbut}ah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.
3. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbut}ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbut}ah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raud}ah al-at} fā
- raud}atul at} fā
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul-Munawwarah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda Syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu:

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā
الْبِرِّ : al-birr

نَزَّلَ : nazzala
الْحَجِّ : al-h}ajju

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam translitearasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik yang diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu
الشمسُ : asy-syamyu

الْقَلَمُ : al-qalamu
السَّيِّدَةُ : as-sayyidatu

G. Hamzah

Dinyatakan de depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

1. Hamzah di awal:

أَمِرْتُ : umirtu

أَكَلَّ : akala

2. Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuzūna

تَأْكُلُونَ : ta'kulūna

3. Hamzah di akhir:

سَيِّءٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ - Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا - Fa aufū-kaila wal- mīzāna
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا - Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata

sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : Wa mā Muh} ammadun illā rasūl
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ : Syahru Ramad} āna al-laẓī unẓila fīhi al-Qur'anu

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ : Nas}rum minallāhi wa fath}un qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا - Lillāhi al-amru jamī'an
- Lillāhi amru jamī'an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| NOTA DINAS..... | ii |
| ABSTRAKSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| PERNYATAAN OROSINALITAS | ix |
| MOTTO | x |
| DAFTAR TRANSLITERASI | xi |
| DAFTAR ISI..... | xviii |
| DAFTAR TABEL | xixi |
| DAFTAR SINGKATAN..... | xixii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1. Manfaat Teoritis | 8 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 8 |
| E. Sistematika Pembahasan..... | 9 |
| BAB II DESKRIPSI TEORITIK | |

| | | |
|---------|---|----|
| A. | Penelitian Terdahulu | 11 |
| B. | Deskripsi Teoritik | 14 |
| 1. | Pengertian an – pengertian | |
| a. | Komunikasi | 14 |
| b. | Pemasaran | 18 |
| c. | Minat | 20 |
| d. | Konsumsi | 20 |
| C. | Dasar Pemasaran dalam Islam | 21 |
| D. | Merancang dan Mengelola Komunikasi Pemasaran | |
| 1. | Merancang Komunikasi Pemasaran | 22 |
| 2. | Mengelola Komunikasi Pemasaran | 45 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|---------|--|----|
| A. | Waktu dan Tempat Penelitian | 54 |
| B. | Pendekatan, Subjek dan Objek penelitian | 54 |
| 1. | Pendekatan Penelitian | 55 |
| 2. | Subjek dan Objek penelitian | 55 |
| C. | Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| 1. | Observasi | 47 |
| 2. | Wawancara | 55 |

| | |
|----------------|----------|
| 3..... | Dokume |
| ntasi..... | 56 |
| D. | Pengabs |
| ahan Data..... | 57 |
| E..... | Analisis |
| Data | 58 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|------------------------------------|--------|
| A. | Gambar |
| an Umun Penelitian | 51 |
| B..... | Hasil |
| Penelitian dan Analisis Data | 63 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-------------|-------|
| A. | KESIM |
| PULAN | 79 |
| B..... | SARAN |
| | 79 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, *Strategic Management For Educational Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*, Cet.III, Bandung: Alfabeta 2009.
- Almunawar Said Agil Husin, *FIQIH HAJI Menuntun Jama'ah Haji Mencapai Haji Mabruur*, Cet.I, Jakarta: Ciputat Press, 2003.
- Anastasi Anne, *Bidang-bidang Psikologi Terapan*, Cet.II, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1993.
- Ardianto, Elvinaro dan dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Cet.II, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- B Miles Matthew dkk, *Analisis Data Kualitatif*, Cet.II, Jakarta: UI Press, 2009, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi dari buku *Qualitatif Data Analysis*.
- Burk Wood Marian, *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran Edisi Ketiga*, Jakarta: Indeks.
- Departemen Agama RI, *Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, Jakarta: Proyek Pangan Halal Ditjen Bimas Islam dan Penyelenggara Haji , 2003.
- Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI*, Jakarta: Balai Putkan, Edisi ketiga, 2005.
- Greener Tony, *Kiat Sukses Public Relation dan Pembentukan Citranya*, Cet.II, diterjemahkan oleh Nuraki Aziz dari buku *The Secret of Successful Public Relation*, 1995, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2012.
- H. Lovelock Chirstoper, diterjemahkan oleh Agus Widyanono dari buku *Principles of servise marketing and management*, 2005, Jakarta:Indeks.
- Imam Wahjono Sentot, *Manajemen tata Kelola Organisasi Bisnis*, Cet.I, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008.
- J Maleong Lexi, *Metodologi penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

- Kartajaya Hermawan dan Syakir Sula Muhammad, *Syariah marketing*, Cet.III, Bandung: 2006.
- Kementerian Agama RI, *Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Kualitas Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1430 H/ 2009 M*, Cet.I, Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2009.
- Kotler Philip dan Lane Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, Cet.II, diterjemahkan oleh Benyamin Molan dari buku *Marketing Management*, 2008, Jakarta, Macanan Jaya Cemerlang.
- Lee Monle dan Johnson Carla, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Cet.I, diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudy Prianti dari buku *Principles Of Advertising: A Global Perspective*, Jakarta, Prenada.
- L.Wilcox Dennis dkk, *Public Relations Strategi dan Taktik Jilid Satu*, diterjemahkan oleh Rosa Kristiwati dari buku *Public Relation Strategi dan Taktik Jilid Satu*, 2011, Jakarta, Karisma Publishing Group
- Majid Nurcholis, *Perjalanan Religius Umrah & Haji*, Jakarta: Paramadina, 1997.
- Manullang M, *Pengantar Bisnis*, Cet.I, Jakarta: Indeks, 2013.
- McCarthy dan Perreault, *Intisari Pemasaran Edisi keenam*, Cet.I, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995.
- M. Gozali Dodi, *Communication Measurement Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relation*, Cet.I, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Cet.II, Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan, 2002.
- Nazir, Moh *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Cet.II, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.
- Prastowo Andi, *Menguasai Teknik-teknik koleksi Data penelitian Kualitatif (Bimbingan dan Pelatihan lengkap Serba Guna)*, Cet.I, Yogyakarta: 2010, DIVA Press.
- Rahman Arif, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*, Cet.I, Jakarta Selatan: Trans Media, 2010.

- Rakhmat Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* ,Cet.II, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Ruslan Rosady, *Kiat dan Strategi Kampaye Public Relations*, Cet.I, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997.
- Sarwono Jonathan, *Metode Kuantitatif dan Kualitatif*, Cet.I, Yogyakarta: 2006.
- Setiadi Nugroho J, , *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* , Cet.I, Jakarta Timur: Prenada Media, 2003.
- Silverstein Ray, *Panduan Paling Tepat untuk Wirausaha Rahasia Terbesar dari Bisnis yang Sukses*, Tangerang Selatan: 2011, Karisma Publishing Group.
- S. Susanto Astrid, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Gramedia, 1978.
- Suharno Bambang, *Panduan Memula dan Mengelola Bisnis dari Nol*, Cet.II, Jakarta: Penenbar Swadaya, 2008.
- Sopiah dkk, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Sri Rejeki dkk, *Kamus Hukum Ekonomi*, Cet.I, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Supratiknya A, *Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis*, CetVIII, 1997.
- Taqiyudin Achmad dkk, *Antara Mekkah dan Madinah*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2010.
- Ubrahim Subandy, *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi kepada Publik*, Cet.II, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Uchjana Effendy Onong, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet.II, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Widja H.A.W, *Komunikasi Pengantar Studi*, Cet.II, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Wiraningsih syam Nina, *Perencanaan Pesan dan Media 1-9*, Cet.I, Jakarta: Universitas Terbuka, 2001.