

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT Cahaya Madinah Mandiri, dapat disimpulkan bahwa penggunaan data analisis untuk segmentasi pasar dan prediksi permintaan memberikan kontribusi yang sangat baik terhadap peningkatan efektivitas strategi pemasaran jasa layanan umroh. Melalui pendekatan segmentasi demografis, psikografis, perilaku, dan geografis, perusahaan mampu mengenali dan memahami karakteristik serta kebutuhan spesifik jamaah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merancang layanan dan pendekatan yang lebih personal, seperti pelayanan intensif bagi lansia, pemahaman terhadap motivasi spiritual jamaah, serta adaptasi terhadap preferensi wilayah asal. Selain itu, prediksi permintaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi ekonomi, iklim, strategi promosi, dan dinamika global seperti pandemi. PT Cahaya Madinah Mandiri menunjukkan bahwa pemanfaatan wawasan dari data historis dan analisis kualitatif mampu membantu perusahaan dalam menyesuaikan strategi bisnis terhadap perubahan situasi pasar dan kebutuhan konsumen secara fleksibel dan adaptif. Dengan demikian, penggunaan data analisis secara tematik menjadi landasan penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan meningkatkan kualitas layanan di tengah persaingan layanan umroh yang semakin ketat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan data analisis untuk segmentasi pasar dan prediksi permintaan pada jasa layanan umroh di PT Cahaya Madinah Mandiri, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan dan peningkatan layanan perusahaan ke depannya.

1. Perusahaan disarankan untuk terus mengoptimalkan penggunaan data pelanggan dalam menyusun strategi segmentasi pasar, baik secara demografis, psikografis, geografis, maupun perilaku. Pengelompokan jamaah berdasarkan karakteristik yang lebih spesifik dapat membantu perusahaan dalam menawarkan layanan yang lebih relevan dan personal.
2. Dalam hal prediksi permintaan, perusahaan perlu memperkuat sistem monitoring terhadap faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan regulasi di Arab Saudi, musim, serta tren perilaku ibadah masyarakat, agar perencanaan keberangkatan dan pengelolaan kapasitas menjadi lebih adaptif dan akurat.
3. Strategi promosi melalui media sosial sebaiknya ditingkatkan tidak hanya dalam jangkauan, tetapi juga dalam efektivitas kontennya agar dapat menarik perhatian calon jamaah dari berbagai wilayah.
4. Untuk menjangkau jamaah dari daerah lain, perusahaan diharapkan dapat memperluas jangkauan layanan dengan membuka cabang atau menjalin kemitraan lokal.

5. Perusahaan juga perlu terus menjaga hubungan emosional dan spiritual dengan para jamaah pasca keberangkatan melalui pendekatan kekeluargaan dan komunitas, karena loyalitas pelanggan terbukti menjadi salah satu kekuatan utama dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis umroh di tengah persaingan yang semakin ketat



## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ruslan Hidayat. “Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah Haji Dan Umroh Pt. Krisma Tour Kabupaten Cianjur.” *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial Dan Bisnis* 2, no. 3 (2023): 333–40.
- Adu, P. “A Step-by-Step Guide to Qualitative Data Coding. Routledge.” 2019.
- Ahmad Shiroth, and Diningrum Citraningsih. “Konsep Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan.” *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam* 6, no. 1 (2023): 114–38.  
<https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>.
- Al., Salianto et. ““Motivasi Beragama Pada Lansia (Studi Kasus Pengajian Miftahul Jannah Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan)’.” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3)., 2024.
- Alzaqory, Nofryan. “Animo Masyarakat Minang Pergi Umroh Meningkat,” 2019.  
[https://sumbar.antaranews.com/berita/303387/animo-masyarakat-minang-pergi-umroh-meningkat-video?utm\\_source=chatgpt.com](https://sumbar.antaranews.com/berita/303387/animo-masyarakat-minang-pergi-umroh-meningkat-video?utm_source=chatgpt.com).
- Amam, Amam, Zaenal Fanani, Budi Hartono, and Bambang Ali Nugroho. “Usaha Ternak Ayam Pedaging Sistem Kemitraan Pola Dagang Umum : Pemetaan Sumber Daya Dan Model Pengembangan.” *Sains Peternakan* 17, no. 2 (2019): 5. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v17i2.26892>.
- Arifin, M., & Wibowo, A. “Analisis Strategi Promosi Musiman Pada Biro

Perjalanan Umrah Pasca-Pandemi.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 55–68., 2023.

Dani, Akhmad Anwar & Ahmadi Ahmadi. “Peran Perempuan Dalam Penyelenggaraan Haji Dan Umrah (Studi Atas Peran Nyai Halimatus Sa’diah Di Kabupaten Sumenep).” *Jurnal Studi Gender*., 2020.

Desi, Habibah Nur. “Strategi Manajemen Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh (Studi Kasus Pada Alhijaz Tour Bandar Lampung).” *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 2, no. 1 (2022): 18. <https://doi.org/10.32332/multazam.v2i1.4700>.

Devi, Ratna Sei, and Tuti Anggraini. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Multiguna ASN Khusus Sepeda Motor Di PT Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 5 (2024): 3402–13.

Dwihantoro, P., & Vianto, A. N. “Dwihantoro, P., & Vianto, A. N. (2022). Spiritual Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Religi. Borobudur Communication Review,” 2022.

Erlangga, Rizky, and Amidi Amidi. “Hubungan Antara Segmentasi Demografis Dengan Keputusan Menggunakan Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 2 (2019): 50. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1823>.

Fatimah, Syarifah, Oggy Maulidya, Perdana Putri, Pascasarjana Ekonomi, Syariah

Universitas, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. “Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.

Fitria, E., & Rosyid Ridla, M. “Strategi Perencanaan Pada Pelayanan Jamaah Umrah Lanjut Usia Di PPIU Amana Tour & Travel PT. Amana Berkah Mandiri Umbulharjo Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Dakwah*, 8(2), 249–275., 2023.

Furqan, Tio. “Simak! Berikut Daftar Biro Umrah Berizin Di Kota Padang,” 2022.

Gea, Sonitehe. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 1 (2022): 48–54. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>.

Geni, Bias Yulisa, Julius Santony, and Sumijan. “Prediksi Pendapatan Terbesar Pada Penjualan Produk Cat Dengan Menggunakan Metode Monte Carlo.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 1, no. 4 (2019): 15–20. <https://doi.org/10.37034/infeb.v1i4.5>.

Habib Bayhaqi, and Nuri Aslami. “Indentifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi.” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 1, no. 1 (2022): 111–18. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.48>.

Habidah, Miftachul, and Tri Sudarwanto. “Pengembangan E-Modul Berbasis Pendekatan Saintifik Pada Mata Pelajaran Marketing Kompetensi Dasar

Menganalisis Segmentasi Pasar Di Kelas X SMK Negeri 1 Jombang.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020): 972–78.

Hakiki, Maryana Ayu. “Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.” *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2020): 148–60.  
<https://doi.org/10.53515/lantabur.2020.1.2.148-160>.

Harahap, M. A. P., & Djambek, J. K. “Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Paket Umroh (Studi Kasus PT. Tridaya Pesona Wisata Cabang Bukittinggi).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2022.

Hariansyah, Novan. “Segmentasi Pasar Dalam Komunikasi Pemasaran Islam.” *Jurnal Al-Hikmah* 19, no. 2 (2021): 127–38.  
<https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i2.73>.

Hendrik Hidayatullah, Fitri Sukaesih, Yanuar Arif Hizbulloh, and Tb Ai Munandar. “Implementasi Metode Arima Data Warehouse Untuk Prediksi Permintaan Suku Cadang.” *Jurnal Riset Informatika Dan Teknologi Informasi* 1, no. 1 (2023): 30–37. <https://doi.org/10.58776/jriti.v1i1.48>.

Hidayat, R., & Santosa, B. “Strategi Segmentasi Dan Targeting Dalam Pemasaran Jasa Berbasis Komunitas Keagamaan Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(2), 85-98., 2019.

Hidayat, R. & Lestari, N. “Strategi Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pariwisata Religi.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 145-160., 2021.

Huda, Mohammad Nurul. “Manajemen Pemasaran Sekolah.” *Ta’dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* VIII, no. September 2019 (2019): 25.

Intan Zahra, Mustika & Sudarmaji. “Intan Zahra, Mustika & Sudarmaji (2025) Sistem Pengolahan Data Jamaah Umrah Dan Haji Pada PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro,” 2025.

Kafil, Mohammad. “Penerapan Metode K-Nearest Neighbors Untuk Prediksi Penjualan Berbasis Web Pada Boutiq Dealove Bondowoso.” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 3, no. 2 (2019): 59–66.  
<https://doi.org/10.36040/jati.v3i2.860>.

Kiramy, Razanul Al, Inggih Permana, and Arif Marsal. “Comparison of RNN and LSTM Algorithm Performance in Predicting the Number of Umrah Pilgrims at PT . Hajar Aswad Perbandingan Performa Algoritma RNN Dan LSTM Dalam Prediksi Jumlah Jamaah Umrah Pada PT . Hajar Aswad” 4, no. October (2024): 1224–34.

Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*, 2019.

———. *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Jakarta: Erlangga., 2019.



———. *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Jakarta: Erlangga., 2019.

Kristanto, Y. D., & Padmi, R. S. “Analisis Data Kualitatif: Penerapan Analisis Jejaring Untuk Analisis Tematik Yang Cepat, Transparan, Dan Teliti.” 2020.

Kurniasih, Asih, M Derry, and Rizal Zulkarnain. “Mempertahankan Segmentasi Pasar Dan Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota (Pendekatan Analisis SWOT Pada Pelanggan Tunas Toyota Di Kota Serang).” *Jumerita (Jurnal Manajemen Retail)* 2, no. 1 (2022): 16–39.

Laia, Serfasia, Yohanes Dakhi, and Paskalis Dakhi. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di UD.LIS Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan.” *PARETO: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2021): 36–46.

Lestari, D., & Saputra, H. “Demand Forecasting Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Travel Umrah.” *Jurnal Manajemen Strategis*, 9(3), 221–235., 2022.

Lubis., Anisa Hayati Rahman & Ramadan. “Dimensi Psikologis Dan Kepribadian Yang Terbentuk Dari Ibadah Umrah.” *Jurnal Program Studi PGMI*, 10(3), 601–609., 2023.

Lusinta, Aisa Diaz Adhe, Titin Titin, and Luluk Nur Azizah. “Analisis Segmenting, Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada Ukm Kacang Mede ‘Bawang Mas’ Surabaya.” *Jurnal Manajemen* 4, no. 2 (2019): 907. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.249>.

Mandiri, PT Cahaya madinah. “Profil PT Cahaya Madinah Mandiri.” padang, 2025.

Manggu, Blasius, and Sabinus Beni. “Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang.” *Sebatik* 25, no. 1 (2021): 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>.

Maulana, M. A., Sanusi, I., & Rustandi, R. “Strategi Promosi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umroh (KBIHU) Al-Kamiliyyah Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Haji.” *Jurnal ManajemenJurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 21–30., 2022.

Michella, Widya. “No Title Tahun Ini, Jemaah Umrah Indonesia Tercatat 1,2 Juta Orang Artikel Ini Telah Diterbitkan Di Halaman SINDOnews.Com Pada Selasa, 30 April 2024 - 22:30 WIB Oleh Widya Michella Dengan Judul ‘Tahun Ini, Jemaah Umrah Indonesia Tercatat 1,2 Juta Orang’. .” *sindonews.com*, 2024.

Millah, Ahlan Syaeful, Apriyani, Dede Arobiah, Elsa Selvia Febriani, and Eris Ramdhani. “Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas.” *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023): 140–53.

Mokodongan, Asminar, Dosen Universitas, and Negeri Gorontalo. “Segmentasi Pasar Di Hotel Grand q Gorontalo,” 2019, 171–78.

Muflihah, I. (2021). “Analisis Daya Beli Masyarakat Terhadap Kebutuhan

- Perjalanan Ibadah Umrah Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(9), 1734–1745., 2021.
- Mulyana, Mumuh. “Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar Dan Pemosisian.” *Universitas Terbuka*, 2019, 23–29.
- Muzakkir, S., & Istikomah, I. “Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial).” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 7(1)., 2024.
- Muzakkir S. & Istikomah I., At-Tasharruf. “Religius Marketing Dalam Bisnis Travel Haji Dan Umrah (Pendekatan Etnografi Digital Di Media Sosial).” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, Vol. 7 No., 2024.
- Nadja, Rahmawaty A, and Andi Sitti Halimah. “Universitas Muhammadiyah Parepare Sulawesi Selatan.” *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)* 5, no. 2 (2021): 334–42.
- Nasir, Sri Hayati Maigus. “Wawancara Kepada PT Cahaya Madinah Mandiri,” 2025.
- Ngantung, M, A H Jan, Analisis Peramalan, Permintaan Obat, M Ngantung, and A H Jan. “Analisis Peramalan Permintaan Obat Antibiotik Pada Apotik Edelweis Tatelu.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 4 (2019): 4859–67.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25439>.

Nofrizal, & Aznuriyandi. “Strategi Pemasaran Jasa Perjalanan Ibadah Umrah Pasca Pandemi: Studi Pada Travel Umrah Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 23–39., 2024.

Nofrizal, & Aznuriyandi. “Strategi Pemasaran Jasa Perjalanan Ibadah Umrah Pasca Pandemi: Studi Pada Travel Umrah Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 23–39., 2024.

Nur Rosidah, Siti, and Abdur Rohman. “Penerapan Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Kelayakan Proyeksi Investasi.” *Jurnal Media Akademik (Jma)* 2, no. 6 (2024): 1–16.

Nuraziza, A. F., Abbas, N., & Misbach. “Pelayanan Ibadah Umrah Terhadap Jemaa h Lanjut Usia PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Siwa.” *Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi*, 5(3)., 2024.

Nurhayati, S., & Yusuf, M. “Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Jasa Travel Umrah Pasca Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 10(2), 155–168., 2022.

Pamungkas, R. D., & Wage, W. “Pembiayaan Umroh Melalui Dana Talangan Umroh Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.” *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 1(1), 13–24., 2020.

Paradilla, L., & Dewi, S. “Strategi Pemasaran Perlengkapan Haji Dan Umrah Di Kota Padang.” *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 114–122.,

2024.

Pratama, A. R., & Sari, N. M. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Jasa Keagamaan Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 45-60., 2020.

Pratama, R., & Hidayat, T. “Manajemen Kapasitas Dalam Pemasaran Jasa Perjalanan Umrah Di Indonesia.” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1), 67–79., 2021.

Puradireja, Rino Hadiwijaya, Herlina L., and Arief H. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Provinsi Lampung.” *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 7, no. 2 (2021): 1439. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i2.5444>.

Purnama, N., & Saputra, W. “Strategi Pemasaran Paket Umrah Fleksibel Berbasis Segmentasi Konsumen.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam (JIEBI)*, 6(1), 45–58., 2024.

Puspitasari, Indri. “Analisis Segmentasi Pasar Dan Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2018.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen* 10, no. 02 (2019): 21–39.

Putri, D. K., & Rozaq, A. “Studi Komparatif Pemasaran Paket Umroh Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Mahabbah Wisata Semarang Dan PT.

Arrahmah Kendal.” *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(4)., 2024.

Putri, S., & Anwar, M. K. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah Di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 2(1), 97–108., 2019.

Putri, Marta Kusuma, Judith Syifa Fauziah Maria Rahman, Fatma Aulia Nursyifa, Salman Alfarisi, Tri Guntoro Sukarno Putro, and Ratna Agustin. “Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya.” *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 16, no. 2 (2019): 156–61. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>.

Rahmawati, D., & Hidayat, T. “Dampak Ekonomi Global Dan Fluktuasi Nilai Tukar Terhadap Minat Masyarakat Dalam Melaksanakan Ibadah Umrah.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 145–156., 2020.

———. “Pengaruh Kondisi Iklim Dan Musim Terhadap Preferensi Jamaah Umrah Indonesia.” *Jurnal Pariwisata Islam*, 7(2), 115–126., 2020.

Rizal, A. E., & Sesmiarni, Z. “Pengembangan Modul Manasik Haji Dan Umrah Untuk Mahasiswa.” *Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 2023.

Rozali, Yuli Asmi. “Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik.” *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* 19 (2022):

68.

Rozaq, Dini Kurnia Putri & Abdul. “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)., 2024.

Sabilia<sup>1</sup>, Choirunnisa, Wahyu Setya Ratri<sup>2</sup>, and Eska Stefani<sup>3</sup>. “ANALISIS SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV MERAPI FARMA HERBAL DI KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA” 7, no. 14 (2018): 63–65. <https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>.

Santoso, A., & Rahayu, S. “Strategi Pemasaran Pariwisata Religi Di Indonesia: Pendekatan Musiman Dan Kalender Keagamaan.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 101–115., 2020.

Sejahtera., Sayyidah Putri & Moch. Khoirul Anwar. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah Di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 2(1)., 2019.

Setiawan, R., & Putri, A. “Strategi Manajemen Risiko Pada Biro Perjalanan Wisata Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 87–98., 2021.

Setiyawan, Ayu, and Farid Muhammad Rofifudin. “Urgensi Segmentasi Pasar Bagi

Perusahaan : Literature Review.” *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 2 (2024): 70–77. <https://doi.org/10.30787/jiemb.v2i2.1539>.

Sianturi, Ronda Deli. “Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1, no. 1 (2020): 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>.

Soepardi, Arya Nugraha, and M. Henfi Abdul Khoir. “Segmentasi Pasar Wisatawan Di Provinsi Banten.” *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)* 2, no. 2 (2022): 57. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v2i2.1571>.

Subang, Stei Al-amar. “Pengaruh Pengetahuan Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah” 3, no. 6 (2024): 6198–6209.

Sudartono, Tiris. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2019): 55–66.

Sulastri, D., & Novita, D. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Strategi Pemasaran Pada Industri Pariwisata.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 12(2), 45–56., 2021.

Sumarwan, U. *Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor, 2022.



Sutriani, Elma, and Rika Octaviani. "Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data." *INA-Rxiv*, 2019, 1–22.

Syamsiyah, N. "Strategi Pemasaran Produk Umrah Pada Travel Smarts Umrah Lampung." *Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 3(1)., 2023.

Tiana, R., Tamyis, T., & Fernadi, M. F. "Strategi Pemasaran Travel Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Jamaah (Studi PT. Amara Tour and Travel Tahun 2024)." *Journal of Religion and Social Sciences*, 2(2), 117–125., 2025.

Timisela, Natelda Rosaldiah. "Analisis Segmentasi Pasar Sayuran Organik Di Pulau Saparua Kabupaten Maluku Tengah." *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 17, no. 1 (2020): 72.  
<https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.42910>.

Tjiptono, Fandy, & Chandra, Gregorius. *Pemasaran Strategik.*, 2020.

Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, 2020.

———. *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta, 2020.

Tri Nuryani, Fajar, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata. "Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 4 (2022): 452–62.

<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>.

Vajri Rahman, Ahmad. “Analisis Segmentasi Pasar Dalam Pembelian Produk Minarako Padang Untuk Menentukan Target Pasar.” *Journal of Science Education and Management Business* 2, no. 3 (2023): 17–23. <https://doi.org/10.62357/joseamb.v2i3.215>.

Wijastuti, Retno Dewi, and Nidya Cantika. “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong.” *Kalianda Halok Gagas* 1, no. 1 (2021): 1–8. <https://doi.org/10.52655/khg.v1i1.3>.

Windarto, Agus Perdana, Sarjon Defit, and Anjar Wanto. “Optimalisasi Parameter Dengan Cross Validation Dan Neural Back-Propagation Pada Model Prediksi Pertumbuhan Industri Mikro Dan Kecil.” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 11, no. 1 (2021): 34–42. <https://doi.org/10.21456/vol11iss1pp34-42>.

Wulandari, D. & Prasetyo, A. “Implementasi Marketing Mix Pada Layanan Jasa Pariwisata Religi Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan,” 2020.

Zulkifli, Arif & Hamzah. “Analisis Pelayanan Ibadah Umrah Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umrah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1, 2022.