



**MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah**

P-ISSN: 2809-2430

Vol. 1, No. 2 (2021): 80-89

<http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/Multazam>

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
JAMAAH UMROH  
(STUDI KASUS PT SAUDI PATRIA WISATA METRO)**

**Diana Safitri**

IAIN Metro Lampung

[safitridiana609@gmail.com](mailto:safitridiana609@gmail.com)

*Diterima: Agustus 2021*

*Direvisi : September 2021*

*Diterbitkan: Desember 2021*

**Abstract:** *The competition for travel agencies is growing, in the metro, which competes a lot in providing services to their congregations to continue using this travel agency. The factors that influence the quality of service to the satisfaction of Umrah pilgrims at PT Saudi Patria Wisata Metro are services that are in accordance with the needs of the pilgrims, the services provided by PT Saudi Patria Wisata Metro, affordable prices, affordable locations.*

**Abstrak:** *Persaingan biro travel yang semakin berkembang, di metro yang banyak bersaing dalam memberikan pelayanan terhadap jamaahnya untuk terus menggunakan biro travel ini. faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Saudi Patria Wisata Metro adalah pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan jamaah pelayanan yang diberikan yang diberikan PT Saudi Patria Wisata Metro, harga yang terjangkau, lokasi yang terjangkau.*

## A. Pendahuluan

Ibadah Haji dan Umrah merupakan salah satu rukun Islam yang kelima dan diwajibkan bagi yang mampu, kegiatan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan, dalam pelaksanaannya saat masih ditanah air dan dimekkah. penyelenggaraan ibadah haji dan umrah pasal 2 menyebutkan bahwa penyelenggaraan umrah berasaskan: perjalanan, perlindungan, pengawasan dan evaluasi, Seperti standar pelayanan dalam ibadah umrah yakni pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah umrah (UUD RI No 8, 2019, pasal 2). Umrah yakni dengan sengaja mendatangi ka'bah untuk melaksanakan amalan tertentu (Retno Widayani, Mansyur Pribadi, 2010:13). kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana konsumen membandingkan terhadap pelayanan dan hasilnya dengan apa yang mereka harapkan, oleh karena itu kualitas pelayanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai suatu yang konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen, Prilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan. Kualitas Pelayanan terfokus dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangkan harapan konsumen. Seperti saat ini pembahasan faktor manusia dalam lingkup pekerjaan merupakan faktor yang sangat penting, persaingan yang sangat ketat berbagai bidang pekerjaan membuat manusia yang terlihat didalamnya ingin memberikan yang terbaik lagi bagi orang lain, terutama yang berhubungan dengan masalah pelayanan. kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana konsumen membandingkan terhadap pelayanan dan hasilnya dengan apa yang mereka harapkan, oleh karena itu kualitas pelayanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai suatu yang konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen, Maka kualitas pelayanan yang terdiri dari jasa, fasilitas, maupun produk ini termasuk hal yang menarik dalam faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen yang bisa menimbulkan untuk saling berlomba-lomba dalam melakukan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Prilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan.

Kebutuhannya, yang digunakan konsumennya untuk menyeleksi menggunakan produk, pelayanan, tindakan yang dilakukan oleh konsumennya guna untuk mencapai dan memenuhi kebutuhannya pengomsumsian, maupun penghabisan barang atau jasa

termasuk proses keputusan (Farid Firmansyah, Rudy Haryanto, 2019:12). Keputusan yaitu awal dari semua kegiatan manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual kelompok maupun secara intuitif, keputusan ditujukan untuk masa yang akan datang, hasil yang berguna pada hari-hari yang akan datang, keputusan akan menciptakan masalah (aktivitas), tetapi keputusan juga akan menyelesaikan masalah (Malayu S.P, 2007:55).

Adanya Fenomena Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan Terhadap PT SAUDI PATRI WISATA telah melakukan pelayanan dengan baik kepada jamaah umrah seperti pelayanan yang diberikan pegawainya yang ramah kepada jamaah umrah yang merasakan kenyamanan dalam biro travel ini. Sehingga yang membuat peneliti ingin meneliti dan mencari tahu mengenai dengan hal-hal tersebut dan melakukan sebuah penelitian tentang "Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Di PT Saudi Patria Wisata Metro".

## **B. Landasan Teori**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada 2 bagian yakni faktor Internal dan Eksternal, faktor internal adalah yang memiliki sifat kewenangan diskresi sikap yang berorientasi terhadap perubahan budaya, etika, sistem intensif. Jika faktor eksternal meliputi budaya politik dinamika dan perkembangan politik, pengelolaan konflik lokal, kondisi sosial ekonomi, yang dilakukan oleh masyarakat (Malayu S.P, 2005:223).

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Kloter dan Keller Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, Kualitas pelayanan merupakan dasar dalam penciptaan nilai bagi pelanggan atau perusahaan, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas secara efisiensi, kualitas pelayanan berpengaruh dalam jangka panjang perusahaan. Kualitas pelayanan yaitu sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kekonsumennya (Ririn Wulandari, Fikri Aulawi Rusmahafi, 2020:65).

### **Karakteristik Pelayanan**

Untuk memahami pengertian pelayanan dapat dilihat karakteristik pelayanan maka Collin dan Melaughin, mengatakan suatu pelayanan dikatakan baik dan berkualitas jika pelayanan tersebut menepatkan pengguna layanan sebagai rekanan

yang terlibat dalam proses pelayanan (Ririn Wulandari, Fikri Aulawi Rusmahafi, 2012:65).

Dengan pandangan Kotler bahwa pelayanan memiliki empat karakteristik yakni sebagai berikut:

- a) *Intangibility*, Pelayanan yang merupakan aktivitas yang tidak dapat dilihat, dicium, didengar, diraba, dan dirasa sebelum penerima dan penyelenggara pelayanan menyelesaikan proses pelayanan.
- b) *Heterogeneity/variability/Inconsistency*, pelayanan adalah banyak bentuknya, Kualitasnya, dan jenisnya, sehingga semua pelayanan sangat tergantung dari siapa pelaksana pelayanan, kapan dan dimana pelayanan itu diselenggarakan, serta kepada siapa pelayanan diperuntukan.
- c) *Inseparability*, bahwa pelayanan harus dilaksanakan secara bersama-sama oleh penyelenggara pelayanan dengan penerima pelayanan. Dengan kata lain bahwa dalam proses pelayanan antara penyelenggara pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan penerima pelayanan. Kualitas pelayanan dalam konsep ini ditentukan bersama antara penyedia pelayanan dan penerima pelayanan, termasuk kesalahan dan ketidakpuasan pelayanan akan ditentukan bersama.
- d) *Perishability*, Pelayanan merupakan aktivitas yang tidak dapat dilaksanakan dalam proses yang lama, oleh karna itu proses pelayanan harus dilaksanakan dan diselesaikan, pelayanan merupakan tidak bisa ditunda-tunda atau disimpan, kembalikan atau dilaksanakan secara berulang. Setelah pelayanan diberikan kepada penerima pelayanan, maka pelayanan menjadi hak penerima pelayanan yang tidak dapat diberikan kepada penerima pelayanan lain (Amirul Mustofa, Sri Roekminiati, Damajanti Sri Lestari, 2020:26-27).

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi dan hamdani terdapat beberapa dimensi yang perlu diperhatikan dalam indikator kualitas Pelayanan Mengatakan yaitu sebagai berikut:

a) Berwujud (*Tangible*)

yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan

konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan.

c) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu Selalu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.

d) Jaminan dan kepastian (*ansurance*)

Yaitu pengetahuan kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan

e) Empati (*emphaty*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahi keinginan konsumen (Methiana Indrasari,2019:63).

### **Standar Kualitas Pelayanan**

Standar Kualitas Pelayanan adalah tolak ukur yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanandan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara pelayanan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudahterjangkau dan teratur (Sapri, Ahmad Mustansir, Hardianti Darman, 2020:3).

### **Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah perbedaan antara harapan (*expectotions*) dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen berarti kinerja suatu barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan (Fahmi Gunawan, 2018:30).

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Pelayanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen
- b) Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.
- c) Promosi mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.
- d) Lokasi tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.

- e) Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- f) Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri (Doni Juni Priansa,2017:209).

### **Macam-macam Kepuasan konsumen**

Terbagi menjadi dua yaitu kepuasan fungsional. Merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk dan untuk kepuasan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud (Yudho Yudhanto, 2018:122-123).

### **Pengertian jamaah umrah**

Jamaah umrah Adalah Sekumpulan orang yang melaksanakan kegiatan umrah bersama-sama dengan berkunjung ke Rummah Allah untuk melaksanakan ibadah. Jamaah yang dipilih oleh Allah diantara banyaknya kaum muslim untuk mengunjungi rumah-Nya yang suci.

### **Macam-Macam Umrah**

Macam-macam umrah terbagi menjadi 2 yaitu umrah wajib dan umrah sunnah umrah wajib adalah umrah yang berkaitan dengan pelaksanaan ibadah haji, sedangkan umrah sunah adalah umrah yang dilakukan dalam rangkaian pelaksanaan ibadah haji dengan kata lain umrah ini berdiri sendiri dan dapat dilakukan kapan saja (Ahmad Rofi Usmani,2015:252).

### **Kriteria Untuk Menjadi Jamaah umrah**

Untuk menjadi Kriteria jamaah umrah yakni sama seperti jamaah haji yaitu mampu dari segala hal dari fisik maupun biaya, jika fisik jamaah umrah mampu maka akan berjalan dengan lancar dan bila biaya nya memadai maka akan pergi memenuhi panggilan Allah SWT

Dapat disimpulkan dari penjabaran diatas bahwa jamaah umrah yakni orang-orang yang berangkat bersama-sama yang menuju ke Baitullah untuk melaksanakan ibadah umrah atau berziarah, dan berkunjung. Dan untuk macam-macam umrah itu terdapat sunah dan wajib dan untuk kriteria menjadi jamaah umrah yakni hampir sama seperti haji mampu dari segala hal, berupa biaya maupun kesehatan.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Di PT Saudi Patria Wisata Metro**

Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal pokok penting dalam suatu perusahaan karena akan mengarahkan dalam kepuasan konsumen, yang sesuai dengan yang diharapkannya, kualitas pelayanan bisa dikatakan sebagai tolak ukur dalam perusahaan seberapa bagus tingkat pelayanannya, dan seberapa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya.

Menurut manajer Lampung PT Saudi Patria Wisata bapak Ahmad Rofiki Proses dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh PT Saudi Patria Wisata Metro yakni harus profesional dalam memberikan pelayanan yakni sesuai dengan pekerjaannya masing masing sehingga konsumen merasakan kenyamanan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, oleh karena itu PT Saudi Patria Wisata Metro mengutamakan motonya yaitu ramah, ramah yakni manis dalam bertutur kata dan sikapnya seperti memberikan senyuman kepada konsumen yang datang lalu sapa dengan menanyakan keperluannya, Dalam Memberikan layanan dalam PT Saudi Patria Wisata tidak akan membedakan layanannya namun disama ratakan walaupun harga yang dipilih oleh jamaahnya satu dengan yang lain itu berbebeda harga, dan dalam memberikan pelayanan tidak bermuluk-muluk atau bisa dikatakan tidak sesuai namun dalam PT Saudi Patria Wisata Metro ini akan sesuai dengan hak yang akan didapat oleh konsumennya, PT Saudi Patria Wisata Metro tidak memberikan janji namun akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk jamaahnya, dan dengan adanya kelebihan yang sudah didapat oleh jamaah yang lainnya maka banyak yang sudah percaya menggunakan PT Saudi Patria Wisata Metro ini karna sudah terpercaya kualitas pelayanannya

Pelayanan yang diberikan perusahaan akan disesuaikan dengan kebutuhan jamaahnya sehingga perusahaan akan bisa memberikan sesuai keinginannya jamaah, dan dalam pelayanan yang diberikan dalam pelayanan pasti sudah ada harga-harga sesuai kebutuhan jamaahnya dan dalam harga-harga tersebut sudah terdapat beberapa fasilitas yang akan digunakan untuk jamaah, untuk kepuasan jamaah PT Saudi Patria Wisata Metro memberikan kepastian kepada jamaahnya supaya jamaah tidak merasakan kecewa.

Salah Satu Staff yang bernama Ibu Rekha Devia Wardhani Untuk kualitas pelayanan agar jamaah merasakan kepuasan PT Saudi Patria Wisata jamaah diberikan layanan pendaftaran yang diberikan paspor dan suntik vaksin disaat pandemi, pelayanan yang diberikan seperti manasik dan petugas towif dan saat pemberangkatan

dalam perjalanan jamaah didampingi oleh petugas yang sudah diberikan PT Saudi Patria Wisata Metro yakni 2 petugas towif dan 1 tenaga kesehatan, Sehingga dari pelayanan-pelayanan yang diberikan jamaah yang merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanannya, seperti perhatian-perhatian kecil yang diberikan PT Saudi Patria Wisata Metro kepada jamaah yang sehingga jamaah merasa walaupun jamaah berangkat sendiri namun tidak merasakan kesendirian dalam melaksanakan ibadah umrah karena selama beribadah jamaah banyak yang diarahkan oleh petugas yang diberikan oleh PT Saudi Patria Wisata Metro.

Menurut bapak ismanto sebagai jamaah yang sering membuat konsumennya merasakan kepuasan yakni dengan pelayanan yang baik sesuai kebutuhan yang diperlukan jamaahnya sehingga banyak menggunakannya berkali-kali jasa yang disediakan oleh PT Saudi Patria Wisata ini, mulai dari pelayanan pendaftaran membayar administrasi yang sesuai dengan yang sudah berada pada harga masing-masing yang sudah disediakan, pelayanan yang sangat sangat lengkap yang diberikan kepada konsumennya sehingga memiliki nilai berlebih sendiri terkadang banyak jamaah yang merasakan perbedaan dalam pelayanan yang diberikan PT Saudi Patria Wisata metro dengan biro lain.

Menurut bpk miftah sebagai jamaah yang sudah menggunakan PT Saudi Patria Wisata Metro pada tahun 2018 dalam pelayanan PT Saudi Patria Wisata Metro yang membuat bapak miftah memuaskan yakni dalam pelayanan dalam memberikan penjelasan dan pengetahuan yang sesuai dengan yang sudah disediakan oleh PT Saudi Patria Wisata Metro dan dalam perjalanan umrah ada beberap pendamping yang sudah disiapkan oleh saudi patria wisata dan dalam bimbingan nya sangat memuaskan seperti bimbingan Tour dan guide nya pun menjelaskan sejarah-sejarah destinasi yang dikunjungi dalam program perjalanan dan untuk Ustad yang disediakan ramah-ramahdan untuk harga menurut bapak miftah standar dan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh jamaah hingga merasakan kepuasan.

Menurut Ibu Yuli sebagai jamaah yang berangkat menggunakan PT Saudi Patria Wisata Metro pada tahun 2017 dan pada tahun 2018 untuk pelayanan-pelayanan yang diberikan PT Saudi Patria Wisata Metro yaitu umrah di Patria Wisata sangat baik dan memuaskan sekali terutama untuk bimbingan selama umrah ustadzahnya benar-benar membimbing secara mendetail sangat sabar, menguasai materi humbel, sangat helpful dan sangat mengantisipasi situasi sehingga yang baru melaksanakan umrah sudah tidak bingung kembali, dari pertama sampai akhir acara ibadah umrah merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Saudi Patria Wisata Metro dengan staff yang



ramah dan profesional membuat keluarga ibu yuli merasa nyaman, tenang dan yakin selama selama menjalankan ibadah umrah.

### **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Di PT Saudi Patria Wisata Metro**

Berdasarkan data yang diperoleh dilapangan peneliti dapat mengetahui Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Di PT Saudi Patria Wisata Metro yakni dengan adanya Kualitas pelayanan yang diberikan PT Saudi Patria Wisata Metro dengan harga paket yang sudah disediakanya bisa dikatakan terjangkau pelayanan seperti pelayanan Pendaftaran hingga pemulangan jamaah semua dilayani dengan baik dan seperti pelayanan pembuatan paspor suntik vaksin yang akan mempermudah jamaah

Menurut teori faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas peelayanan adalah pertama sebagai tolak ukur dan dapat diketahuidengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang benar- benar mereka terima yang terdiri dari karakteristik pelayanan, Indikator kualitas pelayanan, Tujuan kualitas pelayanan dan Standar Kualitas pelayanan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah umrah adalah pelayanan produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, suasana, dan kepuasan fungsiognal( nyata) dan psikologikal ( tidak nyata) dan yang terakhir teori kriteria untuk menjadi jamah umrah yakni mampu dari segala hal dari fisik dan dibiaya yang dikatakan jamaah tersebut adalah mampu.

Sedangkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di PT Saudi Patria Wisata Metro, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni faktor harga,faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi Faktor-Faktor diatas akan mempengaruhi jamaah umrah dalam menjadi kriteria jamaah umrah sebagai jamaah yang mampu menggunakan harga paket PT yang terjangkau untuk berangkat beribadah walaupun murah namun berkualitas.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Saudi Patria Wisata Metro, maka diperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Saudi Patria Wisata Metro di pengaruhi oleh pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan jamaah, harga yang yang sesuai dengan yang diberikan, lokasi yang mudah diakses, pelayanan karyawan yang memuaskan jamaah, faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Saudi Patria Wisata dalam beberapa faktor telah sejalan dengan teori tentang faktor-faktor kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah umrah.

### **Daftar Pustaka**

- Ahmad Rofi Usmani, *Pesona Ibadah Haji*, ( Bandung : PT Mixan Pustaka, 2015)
- Amirul Mustofa, Sri Roekminiati, Damajanti Sri Lestari, *Administrasi Pelayanan Kesehatan Masyarakat.*, Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020
- Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi, Di Sulawesi Tenggara*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018
- Farid Firmansyah, Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, Kadur Pamekasan: Duta Creative, 2019
- Malayu S.P, *Manajemen Dasar, Pertian dan Masalah*, jakarta: PT Bumi Aksara, 2007
- Methiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasanpelanggan*, Jawa Timur : UP Unitomo Press, 2019
- Retno Widyani, Mansyur Pribadi, *Panduan Ibadah Haji dan Umrah*, Yogyakarta: Swagati Press, 2010
- Ririn Wulandari, Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah Makasar*: CV Nas Media pustaka, 2020
- Sapri, Ahmad Mustansir, Hardianti Darman, *Manajemen Publik implementasi dan Aktualisasi*, Jawa Timur: CV Penerit Qiara Media, 2020
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2019, *Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umrah*, Pasal 2.
- Yudho Yudhanto, *Information Technology Business Star-Up*, ( Jakarta: PT Elex Media Komputiondo, 2018