

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J., & Samuel, H. (2014). *Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2, 1-10.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Millenial Nusantara : Pahami Karakternya, Rebut Simpatingnya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations : Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arfa, F. A., & Marpaung, W. (2016). *Metode Penelitian Hukum Islam*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Baiquni, A. (2018, April 16). *Cerita Irwansyah Pasrah Saat Bangun Jannah Travel*. Retrieved April 26, 2019, from www.dream.co.id:https://www.dream.co.id/showbiz/hadir-layani-umat-jannah-travel-patuh-ketentuan-umroh-kemenag-180416y.html
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2 ed.). Jakarta: Kencana.
- Damayanti, R. (2015, Februari 10). *10 Media Sosial Paling Populer di Indonesia*. Retrieved April 10, 2019, from www.daftarmenarik.com:http://www.daftarmenarik.com/2015/02/10-media-sosial-paling-populer-di-indonesia.html
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran : Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Fadhilah, U. N. (2018, Desember 9). *Indonesia Terbanyak Kedua Kirim Jamaah Umrah ke Saudi*. Retrieved Maret 30, 2019, from www.republika.co.id:https://www.republika.co.id/berita/jurnal-haji/berita-jurnal-haji/18/12/09/pjg981428-indonesia-terbanyak-kedua-kirim-jamaah-umrah-ke-saudi
- Facebook. (2019). *Official Facebook Jannah Travel*. Retrieved April 26, 2019, from Instagram.com: <https://id-id.Facebook.com/jannahcorptravel>

- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Flo, E. (2017, Agustus 4). *Promosi Lewat Media Sosial Dinilai Lebih Efektif, Mengapa?* Retrieved April 26, 2019, from www.merahputih.com: <https://merahputih.com/post/read/promosi-lewat-media-sosial-dinilai-lebih-efektif-mengapa>
- Grewal, D., & Levy, M. (2016). *Marketing* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Hasibuan, L. (2019, Maret 5). *Wah, RI Jadi Pengguna Instagram Terbanyak se-Asia Pasifik*. Retrieved April 26, 2019, from www.cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-Instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>
- Hasibuan, L. (2019, Maret 14). *Instagram Error, Berapa Jumlah Penggunanya di RI?* Retrieved April 26, 2019, from www.cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190314125824-37-60635/Instagram-error-berapa-jumlah-penggunanya-di-ri>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017, Juni). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan Politeknik Ubaya*, 1, No 1, 25-32.
- Iqbal, R. (2019, April 16). *10 Agen Travel Umroh Terpercaya di Indonesia, Ibadah Jadi Lancar*. Retrieved April 26, 2019, from www.idntimes.com: <https://www.idntimes.com/travel/destination/reza-iqbal/10-agen-travel-umroh-terpercaya-di-indonesia-ibadah-jadi-lancar/full>
- Ismail, F. (2018). *Statistika : Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (1 ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Instagram. (2019). *Official Instagram Jannah Travel*. Retrieved April 26, 2019, from Instagram.com: <https://www.Instagram.com/jannahtravel/?hl=id>
- Jusherni. (2009). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Telkomnet Instan Pada Pt.Telkom Cabang Pekanbaru*. *Jurnal Ekonomi*, 17, 55-65.
- Kemenag.go.id. (2019). *Pencarian PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah)*. Retrieved Maret 30, 2019, from Kemenag.go.id: <https://simpu.kemenag.go.id/home/travel>
- Kompas.com. (2018, April 4). *Kemenag Tak Akan Batasi Jumlah Biro Travel Umrah*. Retrieved Maret 30, 2019, from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/04/14541271/kemenag-tak-akan-batasi-jumlah-biro-travel-umrah>

- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi : Dasar Penerapannya dengan R* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (edisi revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mileva, L., & Fauzi DH, A. (2018, Mei). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58, 190-199.
- Morissan. (2015). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1 ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, B., Febriani, N., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Amalia Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Pratama, L. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt Agung Automall (Agung Toyota) Harapan Raya Pekanbaru*. *JOM FISIP Universitas Riau*, Vol 3 No 1.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV Prisani Cendekia.
- Raheni, C. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa*. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol 5 No 2.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (Ninth ed.). USA: Cengage Learning.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Revisi ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Slideshare. (2019, Februari 3). *Digital 2019 Indonesia (January 2019) v01*. Retrieved April 1, 2019, from [www.slideshare.net: https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019-v01](https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019-v01)
- Shahnaz, N. B. F, & Wahyono. (2016). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online*. Management Analysis Journal, Vol 5 No 4.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete for Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons inc
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, C. A., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat*. Jurnal EMBA, 4, 209-221.
- Sujono, & Santoso, H. B. (2017, Mei). *Analisis Kualitas E-Learning Dalam Pemanfaatan Web Conference Metode Webqual (Studi Kasus: Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah)*. SAINTEKBU : Jurnal Sains dan Teknologi, 9, No 2.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations : Perkembangan dan Prakte di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tuten, T., & Solomon, M. (2015). *Social Media Marketing*. SAGE.
- Wijayanti, T. (2018). *Marketing Plan Dalam Bisnis (3 ed.)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yoebrilianti, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)*. Jurnal manajemen, Vol 8 No 1.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan (1 ed.)*. Jakarta: Kencana