

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khairi, M., Herdilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah di PT. Smeva Holiday Cabang Kampar. *Jurnal Pabean.*, 3(2), 473–486. <https://doi.org/10.61141/pabean.v4i2.308>
- Andriyos, B. (2024). *Lebih Setahun Dirawat di RS Saudi, Kemenag Kawal Kepulangan Jemaah Umrah ke Tanah Air*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/lebih-setahun-dirawat-di-rs-saudi-kemenag-kawal-kepulangan-jemaah-umrah-ke-tanah-air>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Asri, K., Barkah, & Wenny. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Travel Umroh. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(3), 155–164. <https://doi.org/10.26418/ejme.v9i3.49673>
- De La Cuesta, B., Egami, N., & Imai, K. (2022). Improving the External Validity of Conjoint Analysis: The Essential Role of Profile Distribution. *Political Analysis*, 30(1), 19–45. <https://doi.org/10.1017/pan.2020.40>
- Denianti, L., & Muhajarah, K. (2025). *Pemenuhan Kebutuhan Psikologis Dasar Dalam Motivasi Jamaah Umrah Mandiri*. 8.
- Erahajj. (2025). *Strategi Meraih Peringkat A pada Sertifikasi PPIU/PIHK*. Erahajj. <https://blog.erahajj.co.id/read/699/strategi-meraih-peringkat-a-dalam-sertifikasi-ppiupihk>
- Green, P. E., Krieger, A. M., & Wind, Y. (2001). Thirty Years of Conjoint Analysis: Reflections and Prospects. *Interfaces*, 31(3-Supplement), 56–73.

<https://doi.org/10.1287/inte.31.4.56.9676>

- Gusnadi, D., Suryawardani, B., Wulandari, A., & Marcelino, D. (2022). Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Industry Sector: Conjoint Analysis to Measure Tourist Preferences in Visiting Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 509–520. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i3.46935>
- Hair, J., William, B., Babin, B., & Anderson, R. (2018). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Education. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Harun, A., Ahmad, N., Farradia, Y., & Hussein, Z. (2024). Analysing Umrah Attributes in Relation to Tourist Travel Behaviour: A Systematic Literature Review of Religious Destinations and Future Perspectives. In *Journal of Islamic Thought and Civilization* (Vol. 14, Nomor 2). <https://doi.org/10.32350/jitc.142.06>
- Hawari, H. (2023). *PPIU Meningkat, Kemenag Lakukan Pengawasan Ketat*. DetikHikmah. <https://www.detik.com/hikmah/haji-dan-umrah/d-6908526/ppiu-meningkat-kemenag-lakukan-pengawasan-ketat>
- HimpuhNews. (2024). *Indonesia Kirim 1,3 Juta Jemaah Umrah pada 2023, Paling Banyak dari Provinsi Jawa Barat!* HIMPUHNEWS. <https://himpuh.or.id/blog/detail/1486/indonesia-kirim-13-juta-jemaah-umrah-pada-2023-paling-banyak-dari-provinsi-jawa-barat>
- Ipinuwati, S., Khotimah, K., & Sari, K. P. (2018). 346024-Pemilihan-Cafe-Terbaik-Menggunakan-Metod-25D0Ba9B. *Pemilihan Cafe Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp)*, 08, 29–38.
- Jinadasa, P., Gunathilaka, G., & Thayaparan, K. . (2022). Preferences of Job Attributes and Its Determinants: a Conjoint Analysis. *Sri Lankan Journal of Business Economics*, 10(January).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*.
- Krisnawati, M., Firdaus, M. A., Asyari, H., & Sutrisno, E. (2021). Pemilihan Maskapai Penerbangan pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh menggunakan

- metode AHP-CODAS (Studi Kasus : PT Tursina). *Jurnal Produktiva*, 1(01), 1–6. <https://doi.org/10.36815/jurva.v1i01.1375>
- Kuhfeld, W. F. (2010). Marketing research methods in SAS. ... *Graphical Techniques*. Cary, NC, SAS-Institute TS-722, 1–1309.
- Liao, C. S., & Chuang, H. K. (2020). Tourist preferences for package tour attributes in tourism destination design and development. *Journal of Vacation Marketing*, 26(2), 230–246. <https://doi.org/10.1177/1356766719880250>
- Malhotra, N. K. (2019). Book Market Marketing Research. In *Pearson Education*.
- Mubarok, A. A., & Sasongko, R. M. (2023). Menerjemahan Voices of The Customer (VoC) Kedalam Inovasi Produk Melalui Quality Function Deployment (QFD) pada UMKM Kuliner. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2).
- Orme, B. (2002). Sawtooth Software Interpreting Conjoint Analysis Data. *Business*, 98382(360).
- Othman, B., Harun, A., Taha, M. Y., Aref, K. F., & Sadq, Z. M. (2020). the Relationship Between Umrah Service Quality Dimensions and Umrah Customer Loyalty: a Study on the Umrah Travelling Industry in Malaysia. *Journal of Critical Reviews*, 7(3), 2131–2142. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.13.335>
- Pitaya, P., Makhasi, G. Y. M., & Hanafiah, M. H. (2021). Not Only About Price but Also Lifestyle: Recent Phenomena of Backpacker Umrah In Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 75–96. <https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.7038>
- Rizkiana, C., & Niati, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Paket Perjalanan, Kesan Kualitas Jasa Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pt. Madinah Imam Wisata Kabupaten Semarang. *Solusi*, 18(2). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i2.2297>
- Santoso, B., Harianto, H., & Sumanto, S. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Paket Umroh Menggunakan Metode Ahp Pada Pt Shabilla Eraldo

- Utama. *J I M P - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 4(2), 18–25.
<https://doi.org/10.37438/jimp.v4i2.204>
- Setiawan, F. J., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian paket Umrah PT Odifa Jelajah Dunia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10(No. 10), 1–17.
- Sopiyan, P., & Gunawan, K. (2018). Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Panineungan Maja Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 5(2), 76–90.
- Steckel, J. H., DeSarbo, W. S., & Mahajan, V. (1991). On the Creation of Acceptable Conjoint Analysis Experimental Designs. *Decision Sciences*, 22(2), 435–442. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1991.tb00357.x>
- Susanty, A., & Permata, A. A. (2023). Peningkatan Kualitas Layanan Pada Objek Wisata Alam Mayang Dengan Integrasi Metode Fipia Dan Kano. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 62–71. <https://doi.org/10.14710/jati.18.1.62-71>
- Wardhana, A. (2024). Preferensi konsumen. In *Eureka Media Aksara*.
- World Population Review. (2025). *Muslim Population by Country 2025*. World Population Review. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>