

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMROH
DI VENTOUR TRAVEL DEPOK**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

ELYSIA ISTIQOMAH

24210006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala hal yang nyata dan kau inginkan tetapi belum dapat kau raih adalah fiksi,
tetapi semua mimpi yang fiksi dan kau usahakan adalah nyata.

(Fredrik Ornata)

Dengan mengucapkan puji syukur kepada kehadiran Allah SWT, Tugas Akhir ini
kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan moril maupun materiil yang tak terhingga, serta doa yang tidak ada putusnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT, selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur.
2. Kedua kakak kandung penulis yaitu, Rendicha Lucky Utami dan Arif Rahmad Saputra yang tiada hentinya selalu memberi dukungan serta doa yang baik.
3. Teman-teman seperjuangan, Esti Widyasari, Serly Azhari Siregar, dan Zahwa Kusuma Ningtyas yang selalu kebersamaan serta menjadi teman diskusi dalam menyusun tugas akhir. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu memberikan motivasi, arahan serta semangat.
4. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian sangat besar. Namun terkadang sulit untuk dimengerti oleh isi kepalanya, yaitu diriku sendiri. Elysia Istiqomah. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai.

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elysia Istiqomah
NIM : 24210006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **"Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok"**, adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa tugas akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 4 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



Elysia Istiqomah

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elysia Istiqomah
NIM : 24210006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini kepada pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal: 4 Agustus 2025
Yang Menyatakan,


Elysia Istiqomah

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Elysia Istiqomah
NIM : 24210006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 22 Agustus 2025

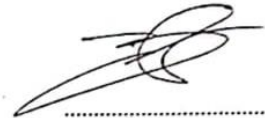
PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Muhammad Abdullah, S.E., M.M.

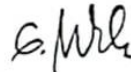


DEWAN PENGUJI

Penguji I : Bryan Givan, S.E., M.M.



Penguji II : Gani Wiharso, S.E., M.M.



PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul **"Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok"** adalah hasil karya tulis asli Elysia Istiqomah dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	: Elysia Istiqomah
Nama	: Jln. Kp.Babakan Rawa Kalong Rt06/Rw08 No.4 Curug, Cimanggis, Depok
No. Telp	: 089605471804
E-mail	: elysiaistiqomah83@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, Adapun judul tugas akhir ini adalah sebagai berikut: **“Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok”**.

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di jenjang program Strata Satu (S-1) Manajemen di Universitas Nusa Mandiri. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya sebagai penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri, Ibu Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si, M.M., M.Kom, IPU, ASEAN, Eng.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri, Ibu Dr. Nita Merlina, M. Kom.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri, Ibu Ida Zuniarti, S.E., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri, Ibu Instianti Elyana, M.M, M.Kom.
5. Bapak Muhammad Abdullah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan dukungan kepada saya.
7. Staf/Karyawan/Dosen dilingkungan Universitas Nusa Mandiri.
8. Bapak Faathir Alkasa Umasugi selaku Manager Ventour Travel Depok yang telah membantu penulis agar dapat melakukan penelitian di Ventour Travel Depok.
9. Untuk Ayah dan Ibu kami tercinta yang selalu mendoakan, memberikan nasihat, dan memberikan dukungan moril maupun materiil selama menempuh pendidikan di Universitas Nusa Mandiri.

10. Rekan-rekan mahasiswa, khususnya kelas 24.8A.10 di Universitas Nusa Mandiri atas kebersamaannya selama ini.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebutkan satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Saya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini dimasa akan datang. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis dan para pembaca.



ABSTRAK

Elysia Istiqomah (24210006), Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok.

Industri jasa perjalanan umroh di Indonesia, khususnya di Kota Depok, saat ini kian berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk menunaikan ibadah umroh namun, Ventour Travel sebagai salah satu biro perjalanan ibadah umroh belum mampu memenuhi target yang diharapkan, berdasarkan data penjualan paket umroh pada periode Januari hingga April 2024 dan 2025 menunjukkan bahwa terjadi masalah pada keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sumber data primer, yang melibatkan 208 responden konsumen Ventour Travel Depok. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Secara bersama-sama, kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 53,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Manajemen Ventour Travel direkomendasikan untuk mengembangkan promosi yang kreatif, komunikatif, serta relevan, dan menjaga keseimbangan harga dengan kualitas layanan, guna untuk memperluas jangkauan pemasaran digital agar dapat menarik lebih banyak calon jamaah.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian.

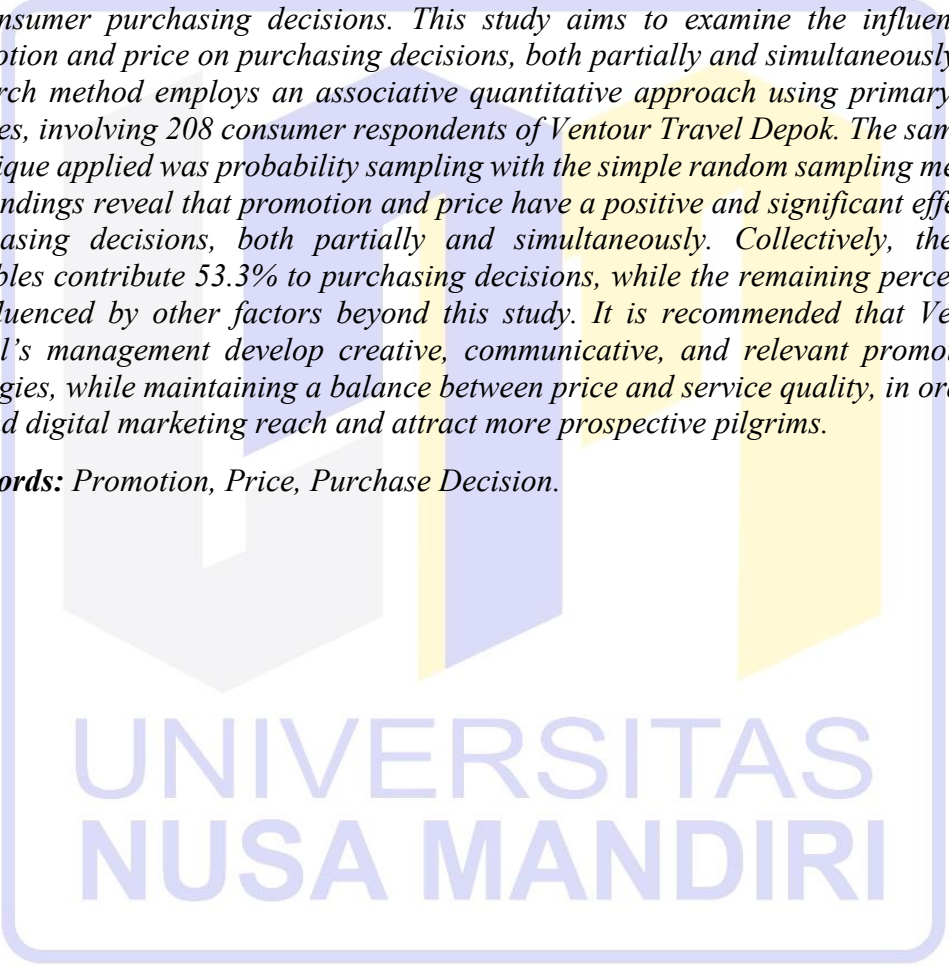
UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRACT

Elysia Istiqomah (24210006), Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Di Ventour Travel Depok.

The umrah travel service industry in Indonesia, particularly in Depok City, is currently growing in line with the increasing public interest in performing the umrah pilgrimage. However, Ventour Travel, as one of the umrah travel agencies, has not been able to achieve the expected targets. Based on sales data for umrah packages during the period of January to April 2024 and 2025, there are indications of problems in consumer purchasing decisions. This study aims to examine the influence of promotion and price on purchasing decisions, both partially and simultaneously. The research method employs an associative quantitative approach using primary data sources, involving 208 consumer respondents of Ventour Travel Depok. The sampling technique applied was probability sampling with the simple random sampling method. The findings reveal that promotion and price have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Collectively, the two variables contribute 53.3% to purchasing decisions, while the remaining percentage is influenced by other factors beyond this study. It is recommended that Ventour Travel's management develop creative, communicative, and relevant promotional strategies, while maintaining a balance between price and service quality, in order to expand digital marketing reach and attract more prospective pilgrims.

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, M. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 41–50. <https://doi.org/10.35508/glory.v3i1.7667>
- Al-Khairi, M., Hardilawati, 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.
- Amal, M. I., Latief, B., Aksan, M., Mahmud, A., & Kalla, R. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Memilih Agen Travel pada PT. Asafa Global Wisata . *JIMBE Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 3(1), 123–140.
- Andriani, D. A., Arun, A. A. A., Arianty, S., Ayu, G., & Suwintari, E. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Travel Agent The Influence of Promotions and Prices on Purchasing Decisions through Online Travel Agents. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 02(9), 1938–1949. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i9>
- Bicky, D., Kartini, R. A., & Adrial. (2023). Pengaruh Promosi Produk Trehadap Tingkat Keputusan Pembelian Paket Umroh Di PT. Indo Citra Tamasya Jakarta. *Jurnal Wisata Muh, variable X*, 3.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research*, 1(5), 113–123.
- Dwi Rahma Fitria, M. H. dan S. S. (2024). Peran Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pasa Pt. Boss Trans Tour And Travel. *Journal of Economic, Bussiness and Accounting*, 7, 14.
- Effendi, A. Z., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah. *Jurnal Ekonomi*, 1–25.

- Feky Reken, Erdawati, Sri Rahayu, Roky Apriansyah, Hendri Herman, Virna Sulfitri, Hermanto, Fatmawati, Lia Suprihartini, Adi Masliardi, Ni Kadek Dessy Hariyanti, & Muh. Risal Tawil. (2024). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Mohamad Gita Indrawan (ed.); Edisi Pert). CV. Gita Lentera.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In Ronal Watrianthos (Ed.), *Yayasan Kita Menulis* (Edisi Pertama). Yayasan Kita Menulis. [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20Buku%20Dasar-dasar%20Statistika%20untuk%20Penelitian.pdf)
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4, 297–308.
- Himpuh.or.id. (2025). Alami Peningkatan, Jumlah Jemaah Umrah Capai 6,5 Juta di Kuartal Pertama Tahun 2025. <https://himpuh.or.id/blog/detail/2519/alami-peningkatan-jumlah-jemaah-umrah-capai-65-juta-di-kuartal-pertama-tahun-2025>
- Ikhsan, & Refi, T. M. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Jamaah Umrah Perusahaan Elhanief Tour and Travel di Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.58477/ebima.v1i2.44>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda (Hartirini Warnaningtyas (ed.)). (Anggota IKAPI No.181/JTE/2019).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Edisi Pertama).
- Kurniawan. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Rumah Makan Bebek Kaleyo Cabang Cempaka Putih). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(Xx), 1–45.
- Kusaeri, A., Quddus, A., & Zayadi. (2021). *Statistik Penelitian*. Sanabil.
- M. Rahmadanni, Sri Nuringwahyu, R. N. H. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan

- Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com. *Jiagabi*, 10(1), 102–109.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Seri Suriani. (2020). PREFERENSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA (H. Remmang, M. Said, & Arwini Puspita (eds.)). CV. Berkah Utami.
- Maryati, & Khoiri.M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *1*.
- Moonik, N., & Pomantow, W. G. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Muamar. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha New V-Ixion Di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9, 2.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows*. Zifatama Jawara.
- Nautika, U. L., Astuti, D., & Solehudin, D. (2025). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pada PT Prima Tour And Travel L.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nurhidayah, F. R., Sriwahyuni, E., & Hartini, K. (2024). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11330–11344. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11901>
- Nurliyanti, Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi

- Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 2(2).
<https://doi.org/10.33061/jeku.v2i1i3.6867>
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66.
- Pratiwi Sitorus, A. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1).
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.184>
- Putri, A. R. D. J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Target Penjualan Pada UD. Barokah D&A Chicken Farm. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(1), 44–54.
<https://doi.org/10.37715/jp.v8i1.2023>
- Ridhahani. (2020). METODOLOGI PENELITIAN DASAR Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula (Ahmad Juhaidi (ed.); Edisi Pert). Pascasarjana.
- 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. *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 18(2).
<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i2.2297>
- Salsabilla, F., & Fasa, M. I. (2024). Peran Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pasa Pt. Boss Trans Tour And Travel. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Samarinda, W. O. M., Basso, M. N. A., & Lajaria3, R. T. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada Travel Abdillah Kampus Baru Uho Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 5(2), 223–

231. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v5i2.698>

Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. A. (2022). Fungsi, Tujuan Dan Bentuk-Bentuk Promosi. *JURNAL ILMU ILMU SOSIAL, KEAGAMAAN, DAN HUMANIORA*, 1(2), 1–11. https://jurnal.stiedarulfalalahmojokerto.ac.id/index.php/jurnal_dar-el-falah

Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Al Dzahab*, 4(2), 92–102. <https://doi.org/10.32939/dhb.v4i2.2429>

Sendianto. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus Pada PT. Askotama Inti Nusantara). *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 16(2), 85–94.

Setiawan, F. J., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian paket Umrah PT Odifa Jelajah Dunia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 10(No. 10), 5.

Siregar, P. N. U. S., Sihombing, E. O., & Pasaribu, M. (2022). Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Tiket Pesawat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Manumadi Tour and Travel Bali. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 11. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1558>

Soesana, A., Hani Subakti, Karwanto, A. F., Sony Kuswandi, Lena Sastri, I. F., & Novita Aswan, Ferawati Artauli Hasibuan, H. L. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>

Toni Endaryono, B., & Ekawati, C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan

Promosi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Travel Umroh Dan Haji Pt. Alifah Tour Cabang Bogor. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 15(1), 56–64. <https://doi.org/10.58890/jkb.v15i1.72>

Ventour.co.id. (n.d.). *Ventour*. Retrieved August 18, 2025, from <https://www.ventour.co.id/karir-ventour/>

Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>

Wiwin Sri Hidayat at al. (2019). *Pengolahan Data Dengan SPSS* (W. S. Hidayati & Ashlihah (eds.)). Erhaka Utama.

Yanti, A. N., Asnaini, & Muttaqin, F. (2024). Influence Of Price And Trust On Consumer Interest In Using Travel Services For Hajj And Umrah At PT. Anugerah Quba Mandiri (A Study On The Community Of Tanah Tinggi Village, Padang Jaya Subdistrict). *Jurnal Fokus Manajemen*, 4(2), 247–256. <https://doi.org/10.37676/jfm.v4i2.6968>

Zadi, B. S., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Pada Kotoba Tour And Travel Blitar. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 09, 36–49.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI