

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN JEMAAH PADA
BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PT. PANDI
KENCANA MURNI (PAKEM TOURS)**

**ANDIKA RUSLAN
92222010**



TESIS

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN JEMAAH PADA
BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PT. PANDI
KENCANA MURNI (PAKEM TOURS)**

**ANDIKA RUSLAN
92222010**



TESIS

**Untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang Manajemen pada
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan wibawa Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
Dipertahankan pada tanggal 1 Maret 2024 di Universitas Muhammadiyah Palembang**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN JEMAAH PADA
BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PT.PANDI
KENCANA MURNI (PAKEM TOURS)**

TESIS

NAMA : ANDIKA RUSLAN

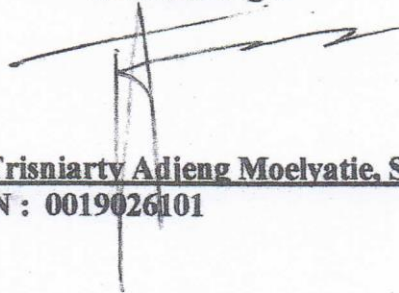
NIM : 92222010

Disetujui untuk disampaikan kepada Panitia Penguji

Pada Tanggal

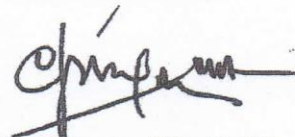
Februari 2024

Pembimbing 1



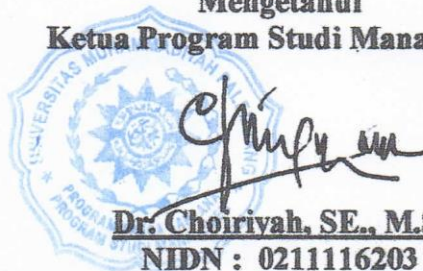
Dr. Trisniarty Adjeng Moelvatie, SE., MM
NIDN : 0019026101

Pembimbing 2



Dr. Choirivah, SE., M.Si
NIDN : 0211116203

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Choirivah, SE., M.Si
NIDN : 0211116203

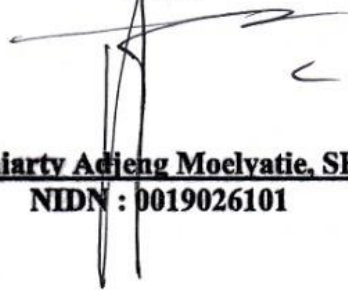
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN JEMAAH PADA
BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PT.PANDI
KENCANA MURNI (PAKEM TOURS)**

TESIS

**ANDIKA RUSLAN
92222010**

**Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tesis
Pada Tanggal : 1 Maret 2024**

Ketua



Dr. Trisniarty Adheng Moelyatie, SE., MM
NIDN : 0019026101

Sekretaris



Dr., Choiriyah, SE., M.Si
NIDN : 0211116203

Anggota I



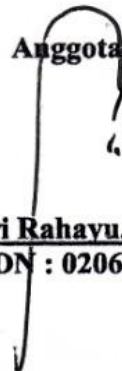
Dr. H.M. Idris, S.E., M.Si
NIDN : 0213106001

Anggota II



Prof. Dr. Fatimah, S.E., M.Si
NIDN : 0205026201

Anggota III



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN : 0206016702

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andika Ruslan
NIM : 92222010
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik Magister Manajemen baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh karna karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Andika Ruslan
92222010

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Service Quality, Price and Promotion on Umrah Pilgrim Satisfaction at the Hajj and Umrah Travel Bureau PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). The sampling technique in this research used the Cluster Sampling technique by taking samples from representatives of the Pakem Tours Palembang, Jakarta and Makassar branch offices as many as 198 people. The research method used is associative research using primary data obtained from the results of questionnaire answers. The analysis technique used is Multiple Linear Regression with SPSS Software.

The results of this research show that simultaneously there is a positive and significant influence of Service Quality, Price and Promotion on the Satisfaction of Umrah Pilgrims at the Hajj and Umrah Travel Bureau PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). Partial testing shows a positive and significant influence of Service Quality and Price on Congregation Satisfaction at the Hajj and Umrah Travel Bureau PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). Partially there is a positive and insignificant effect and there is no effect of Promotion on Umrah Pilgrim Satisfaction at the Hajj and Umrah Travel Bureau PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).

Keywords: Service Quality, Price, and Promotion of Congregation Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Jemaah Umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Sampling* dengan mengambil sampel dari perwakilan kantor cabang Pakem Tours Palembang, Jakarta dan Makassar sebanyak 198 orang. Metode penelitian yang di gunakan adalah penelitian Asosiatif dengan menggunakan jenis data Primer yang di peroleh dari hasil jawaban kuesioner. Teknik analisis yang di gunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan *Software* SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Jemaah umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). Pengujian secara Parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours). Secara Parsial terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan serta tidak berpengaruh Promosi terhadap Kepuasan Jemaah Umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Jemaah

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah subhanahu wata'la atas segala curahan rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Palembang dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).

Penulis sangat menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan tesis ini.

Dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Dr. Sri Rahayu , S.E., M.Si. selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Palembang dan Penguji Tesis
3. Dr. Choiriyah, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang dan Pembimbing II
4. Dr. Trisniarty, A.M, S.E., M.M selaku Pembimbing I dan Penguji Tesis
5. Prof. Dr. Fatimah, S.E., M.Si selaku Penguji Tesis.
6. Dr. H.M. Idris, S.E., M.Si selaku Penguji Tesis
7. Bapak H. Hamimzar Arif Bugis selaku Owner Pakem Tours
8. Bapak H. Awaluddin selaku Owner Wali grup dan Pemilik Yayasan Sinaran Wali Abadi (SWA).
9. Seluruh Civitas Akademik yang telah membantu kami selama kuliah di Fakultas Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
10. Kedua Orang Tua tercinta ayahnda Mansur Zainal dan ibunda faridah Murad.
11. Abang-abang dan Adik-adik keluarga besar Mafa family
12. Teman-teman seperjuangan Angkatan 33 Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat memberi manfaat kepada para pembacanya dan apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tesis ini penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga sangat berharap masukan dan kritikan yang bersifat membangun demi menyempurnakan penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh.

Palembang, februari 2024

Peneliti,

Andika Ruslan
92222010

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. (QS. Arra'du : 11)

PERSEMBAHAN

1. Ayahnda Mansur Zainal
2. Ibunda Faridah Murad
3. Keluarga Besar MAFA
4. Wali Grup dan Yayasan SWA
5. Almamater
6. Pakem Tours

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN JUDUL DALAM	
LEMBAR PENGESAHAN TESIS OLEH DOSEN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TESIS OLEH DOSEN PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
PRAKATA.....	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	15
1. Kepuasan Jemaah	15
a. Pengertian Kepuasan Jemaah	15
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Jemaah	18
c. Indikator Kepuasan Jemaah	19
2. Kualitas Pelayanan	21
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	23

c. Indikator Kualitas Pelayanan	25
3. Harga	26
a. Pengertian Harga	26
b. Kebijakan Harga	27
c. Metode Penetapan Harga	29
d. Indikator Harga	31
4. Promosi	32
a. Pengertian Promosi	32
b. Indikator Promosi	33
c. Tujuan Promosi	35
B. Kerangka Pemikiran	38
C. Hipotesis.....	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian	45
B. Metode Penelitian	45
C. Operasional Variabel.....	45
D. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
E. Metode, Instrumen Pengumpulan Data dan Jenis Data yang digunakan	
1. Metode Pengumpulan Data	48
2. Instrumen Penelitian.....	49
3. Jenis Data yang digunakan.....	49
F. Metode Pengujian Data	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	50
G. Rancangan Analisis Data	51
1. Uji Data.....	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Linieritas	52

c. Uji Heteroskedastisitas	52
d. Uji Multikolinieritas	53
2. Model Analisis dan Teknik Analisis	53
a. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3. Uji Hipotesis	54
a. Uji Bersama-sama (Uji F)	54
b. Uji Parsial (Uji t)	55
c. Koefisien Determinasi (R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	58
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
2. Uji Instrumen	60
3. Karakteristik Responden	64
4. Deskripsi Variabel Penelitian	67
5. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	71
6. Analisis Data	76
B. Pembahasan.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	93
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	99
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Research Gap	6
Tabel I.2 Data Jumlah Jemaah Keberangkatan Umrah Tahun 2017-2022	8
Tabel I.3 Hasil Pra Riset Jemaah Umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)	9
Tabel III.1 Operasional Variabel	46
Tabel III.2 Jumlah Populasi.....	47
Tabel III.3 Jumlah Sampel	48
Tabel IV.1 Hasil Validitas Variabel Kepuasan Jemaah.....	60
Tabel IV.2 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel IV.3 Hasil Validitas Variabel Harga	62
Tabel IV.4 Hasil Validitas Variabel Promosi	63
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kantor	64
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
Tabel IV.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
Tabel IV.11 Deskripsi Variabel Kepuasan Jemaah	67
Tabel IV.12 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	68
Tabel IV.13 Deskripsi Variabel Harga	69
Tabel IV.14 Deskripsi Variabel Promosi	70
Tabel IV. 15 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Jemaah	71
Tabel IV.16 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel IV.17 Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	74
Tabel IV.18 Distribusi Frekuebsi Variabel Promosi	75
Tabel IV.19 Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah.	77

Tabel IV.20 Hasil Uji Linieritas Harga Terhadap Kepuasan Jemaah	78
Tabel IV.21 Hasil Uji Linieritas Promosi Terhadap Kepuasan Jemaah	78
Tabel IV.22 Hasil Uji Multikolinieritas.....	80
Tabel IV.23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel IV.24 Hasil Uji Simultan (Uji F)	82
Tabel IV.25 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	83
Tabel IV.26 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas	76
Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2 Tabulasi Uji Coba Instrumen Kepuasan Jemaah	102
Lampiran 3 Tabulasi Uji Coba Instrumen Kualitas Pelayanan	103
Lampiran 4 Tabulasi Uji Coba Instrumen Harga	104
Lampiran 5 Tabulasi Uji Coba Instrumen Promosi	105
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Jemaah	106
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	107
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Harga	108
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Promosi	109
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas	110
Lampiran 11 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Jemaah	112
Lampiran 12 Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan	117
Lampiran 13 Tabulasi Data Variabel Harga	122
Lampiran 14 Tabulasi Data Variabel Promosi	127
Lampiran 15 Frequencies	132
Lampiran 16 Means	137
Lampiran 17 Regression	143

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, hal ini di tandai dengan banyaknya kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi di tandai dengan adanya kemajuan teknologi, gaya hidup, dan pola pikir masyarakat berkembang yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perkembangan tersebut masyarakat dituntut langsung untuk mengikuti alur perkembangan dan dapat mengimbangnya. Seiring dengan perkembangan peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia juga semakin mengalami peningkatan, dan hal lain yang juga mengalami peningkatan adalah usaha di bidang Biro Perjalanan Haji dan Umrah, karena usaha di bidang Biro Perjalanan Haji dan Umrah semakin menjangkau semua lapisan masyarakat. Usaha di bidang Biro Perjalanan Haji dan Umrah saat ini dituntut menjawab semua keinginan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan Haji dan Umrah, kondisi tersebut menuntut bahwa perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan Jemaahnya. Oleh karena itu perusahaan harus merancang strategi yang kuat agar mampu menciptakan Kepuasan Jemaah dan dapat mempertahankan bisnisnya.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan persaingan yang ketat adalah usaha di bidang Biro Perjalanan Haji dan Umrah atau yang di kenal dengan usaha Travel Haji dan Umrah. Persaingan yang ketat tersebut di tandai

dengan maraknya usaha Travel Haji dan Umrah yang membuat beragam jenis pilihan serta menghasilkan paket Haji dan Umrah yang sama namun dari Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi berbeda dan lebih beraneka ragam. Dengan demikian pelaku bisnis diuntut untuk mampu berinovasi dan menghasilkan paket Haji dan Umrah yang memberikan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi yang terbaik agar mampu menarik Jemaah untuk memakai jasa Biro Perjalanan Haji dan Umrah yang ditawarkan serta mampu bersaing dengan pesaing bisnis yang serupa lainnya.

Kepuasan Jemaah menjadi tujuan utama dalam proses bisnis, semua bisnis atau usaha tentu menginginkan Jemaahnya merasa puas atas produk atau jasa yang mereka terima. Kepuasan itu tentu akan berdampak signifikan terhadap keberlangsungan bisnis atau usaha yang dijalankan. Lama atau tidaknya bisnis atau usaha itu berjalan serta berkembang sangat ditentukan oleh Kepuasan Jemaah, karenanya pebisnis atau pelaku usaha sangat diuntut memperhatikan Kepuasan Jemaahnya.

Kepuasan Jemaah tentu akan menjadi tujuan utama bagi perusahaan selain mengharapkan profit yang akan didapatkan oleh perusahaan dari setiap kegiatan usahanya. Kepuasan Jemaah sangat erat hubungannya dengan profit Perusahaan, karna apabila Jemaah telah merasa puas maka kesempatan untuk membeli, menggunakan kembali serta merekomendasikan kepada orang lain akan menjadi terbuka lebar, dan apabila itu yang benar-benar terjadi maka itu semua akan menjadi sumber profit bagi Perusahaan. Akan tetapi sebaliknya apabila Jemaah merasa tidak puas bahkan kecewa, tentu harapan untuk membeli, menggunakan kembali, serta

merekomendasikan kepada orang lain tidak akan terwujud, jika tidak terwujud tentu tidak akan ada pemasukan (Profit) yang di dapatkan.

Kepuasan Jemaah adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di perkirakan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan menurut Kotler dan Keller (2017:196). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan harapan. Apabila harapan tidak sesuai dengan yang di rasakan maka Jemaah akan kecewa, akan tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan maka Jemaah akan puas. Sedangkan apabila kinerja melebihi harapan Jemaah, maka Jemaah akan sangat puas. Harapan Jemaah dapat di bentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya dan dari pengalaman orang lain. Salah satu cara untuk menilai Jemaah puas atau tidak bisa di lihat dari berbagai aspek, salah satunya yaitu dari Kualitas Pelayanan.

Kualitas Pelayanan akan menjadi harapan utama bagi Jemaah sebelum membeli suatu produk atau jasa yang di sediakan oleh pelaku usaha. Kualitas Pelayanan yang terbaik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi Jemaah. dan yang paling terpenting dari itu semua ialah ketika kualitas pelayanan yang di berikan kepada Jemaah adalah Kualitas Pelayanan yang terbaik maka itu semua akan menjadi tolak ukur dan dasar bagi Jemaah untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan Jemaah. Pelayanan yang terbaik yang diberikan akan memberikan kesan yang baik pula terhadap penilaian serta kepuasan di hati Jemaah Menurut Kotler dan Keller (2017:143), dan pada akhirnya berdampak kepada tercapainya loyalitas Jemaah dan ketercapaian tingkat penjualan yang mendatangkan profit bagi perusahaan atau pelaku usaha. Bahkan Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu point pembeda antara satu usaha dengan usaha lain yang serupa.

Tahap selanjutnya yang menjadi faktor Kepuasan Jemaah di lihat dari sudut Harga. Harga merupakan salah satu problema besar bagi perusahaan atau pelaku usaha sebelum barang atau jasa di jual kepasar atau di berikan kepada Jemaah. Kebanyakan Jemaah mengambil keputusan membeli ialah dengan memperhatikan harga yang ditawarkan kepada mereka, akan tetapi pada akhirnya banyak pula oknum-oknum tertentu yang memanfaatkan nilai harga sebagai senjata utama memenangkan pasar dengan persaingan harga, dan pada akhirnya Jemaah yang menjadi korbannya. Seperti harga yang terlalu murah dan tidak rasional yang berakibat penipuan, atau di karenakan harga murah membuat kualitas barang atau jasa yang di dapatkan tidak sama dan lain sebagainya, tentu ini semua akan membawa dampak yang tidak baik kepada Jemaah yang membuat Jemaah tidak puas dengan barang atau jasa yang di tawarkan, bahkan pada akhirnya tidak jarang Jemaah merasa kecewa.

Bagi Jemaah Harga yang ada akan selalu di kait-kaitkan dengan manfaat yang akan mereka terima dari suatu barang atau jasa yang mereka gunakan, apakah

harga itu sesuai dengan kualitas barang atau jasa yang di tawarkan atau tidak, dan apakah harga itu sesuai dengan pelayanan dan mafaat yang akan mereka terima. Oleh karnanya perusahaan sangat di tuntutan untuk membuat harga yang senilai dengan kualitas barang atau jasanya dan sesuai dengan pelayanan atau manfaatnya.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang Jemaah tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa menurut Kotler dan Amstrong (2018:3). Ketentuan harga suatu barang atau jasa di tentukan oleh internal perusahaan atau pelaku usaha dengan memperhatikan jenis produk atau jasa yang ditawarkan kepada Jemaah, serta tentu dengan memperhatikan harga yang di tawarkan kompetitor serupa dengan usaha yang di jalankannya. Dengan tujuan agar harga yang di publish kepada Jemaah tepat sasaran dan bisa di terima.

Kepuasan Jemaah Juga sangat dipengaruhi oleh Promosi. Promosi dapat di gunakan untuk mencapai tujuan dengan cara menciptakan pertukaran yang efisien melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Promosi apabila di lakukan dengan sebaik mungkin maka akan menimbulkan kesan yang memuaskan kepada calon Jemaah, apabila Jemaah menerima informasi yang sangat jelas dari penjualan suatu produk atau jasa melalui promosi maka calon Jemaah akan merasakan kepuasan tersendiri di hatinya dan dengan itu akan menimbulkan keinginan untuk membeli, memakai dan

merekomendasikannya kepada orang lain. Akan tetapi apabila Jemaah tidak menemukan informasi yang jelas mengenai suatu produk atau jasa, maka akan timbul ketidakpuasan di hatinya, dan pada akhirnya calon Jemaah bisa membatalkan niatnya untuk membeli, memakai, dan merekomendasikannya kepada orang lain. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual menurut Daryanto (2015,94)

Riset Gap dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel I.1
Research Gap

No	Judul Penelitian	Peneliti	Hasil Penelitian
1	<i>The Influence Of Islamic Service Quality And Truston Customer Satisfaction And Intention in Reusing The Service in the Implemantation Of Umrah And Special Hajj Pilgrimage</i>	Abdul Subhan, Ahmad Firdaus, Muhammad Najib (2023),	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah
2	<i>Service Quality Analysis On Satisfaction Of Umrah School Participant At The Rihaal Umrah And Education Buerean Mumazzama</i>	Ade Yuliar dan Sri Handayani (2021)	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah
3	<i>Analysis Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Of Jemaah Umrah Jasmine Tour And Travel Surabaya</i>	Mas Songko, Ahmad Azis Sulthan, Bismit Andi Ismadi (2021)	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah
4	Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Travel Haji dan Umrah PT. Cahaya Sukses Mandiri	Dhoni Marwan (2018)	Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Jemaah.
5	Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Alhijaz Nusa Wisata Surabaya	Faizul Muna (2019)	Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah.
6	Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Travel Haji dan Umrah PT. Cahaya Sukses Mandiri	Dhoni Marwan (2018)	Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Jemaah
7	<i>The Effect Of Promotion And Quality Of Service On Customer Satisfaction On Davira Tours And Travel</i>	Yudhistira Adwimurti, Selfiani, Hendi Prihanto (2022)	Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah
8	<i>The Effect Of Promotion And Quality Service On Consumer Satisfaction Through Purchasing Decision On Umrah Travel dan Hajj Plus PT. Inyong Travel Barokah</i>	Arif Zakiyyatun Effendi, Rama Chandra (2020)	Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah
9	<i>Analysis Of Promotion And Service Quality On Cutomer Satisfaction At The Center Of Hajj and Umrah Souvenir Bin Daud Makassar</i>	Muliyati, Mochtar Lutfi, Hermawati Remba Kasim, Vebby Anwar, Dwi Putri (2023)	Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah

Sumber : Pemndapat Peneliti 2023

Berdasarkan beberapa uraian Research Gap yang akan menjadi perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti akan menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi untuk di kaitkan dengan Kepuasan Jemaah Umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Pakem Tours, selain itu juga akan terdapat perbedaan dari sudut subjek, objek, waktu dan lokasi penelitian.

PT.Pandi Kencana Murni (Pakem Tours) adalah perusahaan yang bergerak di bidang Tours and Travel yang dengan produk khusus di bidang Haji dan Umrah. Umrah yang ditawarkan terbagi dalam berbagai Paket Umrah, ada Umrah Reguler, ada Umrah Vip, dan ada Umrah Plus, sedangkan untuk produk Haji yang di tawarkan kepada Jemaah adalah Haji Plus kuota pemerintah, Haji visa Ziarah dan Haji Furadha. PT. Pandi Kencana Murni berlokasi di Komplek Perkantoran Kelapa Gading Center (KGC) di jalan Kol. H Burlian KM 9 Kota Palembang, lokasinya strategis di tepi jalan besar dan tidak jauh dari Bandara Sultan Mahmud Badaruddin (SMB). PT. Pandi Kencana Murni berdiri sejak tahun 1996 dengan mengantongi izin resmi PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah) dan PIHK (Penyelenggara Ibadah Haji Khusus) dari Kementrian Hukum dan Ham. Sehingga membuat calon Jemaah tidak ragu memakai jasa Biro Perjalanan Haji dan Umrahnya.

Semakin menjamurnya dan meningkatnya persaingan yang ada di bidang Biro Perjalanan Haji dan Umrah membuat Owner PT Pandi Kencana Murni (Pakem Tours) terus melakukan evaluasi di semua aspek di dalam perusahaannya, baik dari segi Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kenyamanan Tempat, Sumber Daya Manusia dan lain sebagainya. semua itu di lakukan tentu dengan tujuan agar Jemaah

tetap loyal dan puas menggunakan Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni serta tetap eksis didalam persaingan pasar Haji dan Umrah.

Tabel I.2
PAKEM TOURS
Data Jumlah Jamaah Keberangkatan Umrah
Tahun 2017-2022

No	Tahun Keberangkatan	Jumlah Jamaah
1	2017	750 orang
2	2018	810 orang
3	2019	695 orang
4	2020	0 orang
5	2021	0 orang
6	2022	209 orang
Jumlah Total		2.464 Orang

Sumber : Divisi Operasional Pakem Tours, 2023

Berdasarkan tabel I.2 menunjukkan bahwa jumlah jamaah yang memakai jasa Pakem Tours dari tahun ketahun mengalami Fluktuatif (Naik Turun), Pada tahun 2018 mengalami kenaikan dari 750 orang umrah pada tahun 2017 menjadi 810 orang umrah. Sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan, dari 810 orang umrah pada tahun 2018 menjadi 695 orang umrah. Pada tahun 2020 dan 2021 tidak ada yang umrah di karenakan covid-19, hal itu di karenakan Pemerintah menerapkan kebijakan *Social Distancing*, *Physical Distancing*, serta melarang perjalanan keluar negri termasuk untuk melakukan ibadah Haji dan Umrah. Sedangkan pada tahun 2022 juga mengalami penurunan dari 695 orang umrah pada tahun 2019 menjadi 209 orang.

Semakin hari Biro Perjalanan Haji dan Umrah semakin tumbuh dan berkembang, bahkan keberadaan Biro Perjalanan Haji dan Umrah semakin menjamur di tengah masyarakat, bentuk serta tawaran yang di sajikan di tengah masyarakat juga semakin beragam, ada biro perjalanan Haji dan Umrah yang tanpa

izin dan hanya bermodalkan sewa ruko saja, ada pula yang bermodalkan konsorsium, ada yang beroperasi dengan system multi level marketing, ada yang memakai system dana talangan berangkat dulu bayar setelah pulang, dan lain sebagainya. Akan tetapi dengan menjamurnya biro perjalanan Haji dan Umrah juga membuat banyak masalah yang timbul setelahnya, seperti banyaknya yang tertipu dengan harga murah, adapula yang gagal berangkat dan lain sebagainya. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam terkait Biro Perjalanan Haji dan Umrah.

Tabel I.3
Hasil Pra Riset Jemaah Umrah Pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah
PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)

No	Pernyataan	Puas	Tidak Puas
1	Jemaah Umrah puas setelah berangkat bersama Pakem Tours	11	19
2	Jemaah berminat menggunakan kembali karena merasa puas dengan pelayanan Pakem Tours	13	17
3	Jemaah merekomendasikan Pakem Tours kepada Jemaah lain	12	18
4	Jemaah dilayani dengan cepat	14	16
5	Jemaah merasakan pelaksanaan Umrah tepat waktu	13	17
6	Jemaah yang kurang sehat segera diberi obat	12	18
7	Jemaah dibantu menukar real	25	5
8	Harga paket Umrah pada Pakem Tours terjangkau	9	21
9	Harga paket Umrah di Pakem Tours dibawah harga pesaing	10	20
10	Harga paket Umrah yang dit etapkan Pakem Tours sesuai dengan yang ditawarkan	13	17
11	Promosi Pakem Tours kalimatnya jelas	14	16
12	Promosi Pakem Tours memakai spanduk	13	17
13	Pakem Tours beriklan di media elektronik (TV)	7	23
14	Pakem Tours taat <i>Phisical Distancing</i> pada saat Covid-19	30	0

Sumber : Pra Riset, 2023

Berdasarkan hasil pra riset melalui wawancara langsung kepada Jemaah Umrah yang telah memakai jasa Pakem Tours di temukan bahwa terjadi masalah terhadap Kepuasan Jemaah mengenai proses keberangkatan umrah, minat untuk menggunakan kembali, serta keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Permasalahan Kualitas Pelayanan mengenai kecepatan dalam melayani,

ketepatan waktu keberangkatan, dan kecepatan dalam penanganan Jemaah yang sakit. Permasalahan Harga mengenai keterjangkauan harga, persaingan harga, dan kesesuaian harga. Permasalahan promosi mengenai bahasa promosi, media promosi dan iklan yang digunakan.

Berdasarkan wawancara peneliti di peroleh fenomena aktual di lapangan mengenai permasalahan-permasalahan yang benar-benar terjadi, beberapa jemaah mengkritisi masalah Kualitas Pelayanan, hal itu terjadi di karenakan:

1. Jemaah bertanya tentang informasi umrah atau menyampaikan keluhan atau permintaan terlalu lama ditanggapi bahkan ketika ditelpon susah diangkat.
2. Jemaah mengeluhkan adanya perubahan jadwal keberangkatan Umrah.
3. Ada Jemaah Umrah yang sakit mengeluhkan lambat ditangani oleh Mutawwif
4. Ada Jemaah meminta bantuan ke petugas untuk menukar uang real untuk belanja terkadang petugas justru meminta jemaah untuk menukar sendiri.

Harga yang di tawarkan Pakem Tours banyak mendapat masukan dan respon yang kurang baik dari para jemaah bahkan di keluhkan oleh para jemaah, adapun keluhan itu antara lain ialah :

1. Harga yang di tawarkan PT Pandi Kencana Murni dirasakan Jemaah terasa lebih tinggi di bandingkan kompetitornya yang lain.
2. Harga paket umrah 12 hari reguler di Biro lain rata-rata Rp.29.500.000/orang, sedangkan di Travel Pakem Tours Paket Umrah regular 12 hari paket yang sama Rp. 32.200.000/orang.

3. Bahkan menurut beberapa Jemaah yang sudah pernah memakai jasa Pakem Tours bahwa terkadang fasilitas yang di dapatkan tidak sesuai dengan harga yang di keluarkan Jemaah.

Promosi terkait informasi Haji dan Umrah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah Pakem Tours juga banyak menuai respon yang kurang baik dari para Jemaah berdasarkan informasi yang di dapatkan terjadi dikarenakan :

1. Informasi terkait Haji dan Umrah yang di tuangkan di dalam Brosur Pakem Tours kurang detail.
2. Pakem Tours jarang memasang spanduk Promosi.
3. Pakem Tours Jarang mengiklankan Travelnya melalui Periklanan, baik di media cetak (Koran), di media elektronik (Tv), maupun dengan memasang iklan bersponsor di media sosial seperti Instagram dan Facebook.

Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi yang diberikan oleh PT. Pandi Kencana Murni kepada Jemaah tentu sangat mempengaruhi Kepuasan Jemaah dalam memakai Biro Perjalanan Haji dan Umrahnya, dan tentu Kepuasan Jemaah itu yang akan menjadi kekuatan dalam meningkatkan kuantitas penjualan yang akan mendatangkan Profit, serta yang akan menjadi tolak ukur eksistensi dan kemampuan untuk bisa bersaing dengan kompetitornya yang memiliki usaha yang serupa.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah PT.Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)?
3. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)?
4. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)

4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Jemaah pada Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours).

D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan informasi dan tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti, pembaca, maupun peneliti yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap kepuasan Jemaah. Dan hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi rujukan (*referensi*) bagi peneliti-peneliti yang akan datang yang meneliti objek yang sama.

2. Manfaat Praktis

Dengan melakukan penelitian, maka peneliti dapat menambah wawasan dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh, juga sangat diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan peneliti di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam menentukan kebijakan dimasa yang akan datang, mempertahankan dan meningkatkan kuantitas jemaah Haji dan Umrah. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel-variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Jemaah pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol.7, No.1.
- Abdul Subhan, Ahmad Firdaus, Muhammad Najib. 2023. *“The Influence Of Islamic Service Quality and Truston Customer Satisfaction And Intention in Reusing the Service in the Implementation Of Umrah And Special Hajj Pilgrimage*. Vol 10 No 3. Mei 2023 Hal 203-219
- Adwimurti, Yudhistira ,Selfiani , Hendi Prihanto .(2022). *The Effect Of Promotion And Quality Of Service On Customer Satisfaction On Devira Tours And Travel*. Vol 2 No 2 (2022) PP 127-140
- Agusvianto, Hendra. (2017). *Sistem Informasi Inventori Gudang Untuk Mengontrol Persediaan Barang Pada Gudang Studi Kasus: PT. alaisys Sidoarjo*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati, Novia dan Rusdarti. (2020). *Pengaruh Praktik Kerja Industri (Prakerin), Motivasi Kerja Dan Self-Efficacy Terhadap Kesiapan Kerja Siswa*. Economic Education Analysis Journal 9(3):831–43. doi: 10.15294/eeaj.v9i3.42409
- Basu, Swastha.2016. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Jemaah*. Yogyakarta. BPFU UGM
- Buchari Alma., 2019 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Camelia Praestuti. 2020. *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Jemaah Pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Naribe*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 10, No. 1, 2020.
- Daryanto dan Cahyono, Aris Dwi. 2015. *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*. Yogyakarta: Gava Media
- Deliyanti Oentoro, 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, Juli 2018

- Effendi, Arif Zakiyyatun, Rama Chandra .(2020) *The Effect Of Promotion And Quality Service On Consumer Satisfaction Through Purchasing Decision On Umrah Travel And Hajj Plus PT. Inyong Travel Barokah*. Vol 1 No 1 (2020) 98-100.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* . Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* . Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ginting, Nembah. 2015. *Manajemen Pemasaran. Cetakan kedua*. Yrama Widya. Bandung.
- Ginting, Nembah. 2015. *Manajemen Pemasaran. Cetakan kedua*. Yrama Widya. Bandung.
- Gujarati, Damodar, 1999, *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta.
- Gujarati, Damodar, 1999, *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Jemaah*. Surabaya : E-Book
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kotler, Philip. 2019. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2015. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2021. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Marwan, Dhoni. 2018. *Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah pada Perusahaan Travel Haji dan Umrah PT. Cahaya Sukses Mandiri*. Tesis Manajemen Pemasaran Universitas Muhammadiyah Medan.

- Muliyati, Mochtar Lutfi, Hermawati Remba Kasim, Vebby Anwar, Dwi Putri. 2023. *Analysis Of Promotion And Service Quality On Customer Satisfaction At The Center Of Hajj And Umrah Souvenirs Bin Daud Makassar*. Vol 2 (7) Juli 2023.
- Muna, Faizul. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah*. Vol 8 No 12. Desember 2019.
- Nugroho, Dwi Mulyono. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Jemaah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Jemaah Prabayar Telkomsel*. Jurnal OE vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Priyatno, D. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Rangkuti. 2021. *Kepuasan Jemaah dan Pencapaian Brand Trust*. Penerbit Qiara Media : Jawa Timur.
- Riduwan. 2013. *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta
- Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*. 108
- Rondonuwu dan Kamalig. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah di Izna Pizza Sarolangun*. Tesis. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Salim & Haidir. 2019. *Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Jakarta. Kencana
- Samsul Ramli. 2017. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Visi media, Jakarta.
- Songko , Mas, Achmad Aziz Sulthan, Bismit Andi Ismadi , Mauizhotul Hasanah. 2021. *Analysis Influence Of Service Quality on Customer Satisfaction Of Jemaah Umrah Jasmine Tour and Travel Surabaya* .Vol 1 No 1 (2021)
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for AcademicPublishing Service).
- Sunyoto. Danang 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2019) *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah di Izna Pizza Sarolangun*. Tesis. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Tjiptono.Fandy. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- West Brook dan Relly. 2021. *Kepuasan Jemaah dan Pencapaian Brand Trust*. Penerbit Qiara Media : Jawa Timur.
- Wiratna Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wulandari, 2019, *Manajemen Pemasaran*, penerbit erlangga.
- Yuliar, Ade dan Sri Handayani. 2021. *Service Quality Analysis On Satisfaction Of Umrah School Participant At The Rihaal Umrah And Education Buerean Munazzama, Jurnal Of Islamic Manajemen And Pilgrimage*. Vol 1 No 1, Juli 2021 Hal 11-12.