

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH
PADA TRAVEL UMROH DAN HAJI MAHMUD HARAHAHAP**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh:

INDAH SUKMA PERMATASARI HARAHAHAP

NPM: 1801280117



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

Persembahkan

Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Kepada

Kedua Orangtuaku

Ayahanda Sutan Kali Mahmud Harahap

Ibunda Nur Kemayani Hasibuan

*Yang tak henti-hentinya memanjatkan doa, demi kesuksesan &
keberhasilan diriku*

Motto:

*"Hatiku tenang karena mengetahui apa yang
melewatkanku tidak akan pernah menjadi
takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku
tidak akan pernah melewatkanku"*

(Umar bin Khattab)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Sukma Permatasari Harahap

NPM : 1801280117

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh & Haji Mahmud Harahap”** merupakan karya asli saya, jika dikemudian hari terbukti bahwa hasil skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 16 September 2023

Yang menyatakan:



Indah Sukma Permatasari Harahap

1801280117

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN JAMA'AH UMROH & HAJI MAHMUD
HARAHAP**

Oleh:

INDAH SUKMA PERMATASARI HARAHAP

NPM: 1801280117

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penelitian skripsi sehingga naskah
Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan
dalam ujian skripsi*

Medan, 16 September 2023

Pembimbing



Selamat Pohan, MA

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : Indah Sukma Permatasari Harahap
NPM : 1801280117
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh & Haji Mahmud Harahap

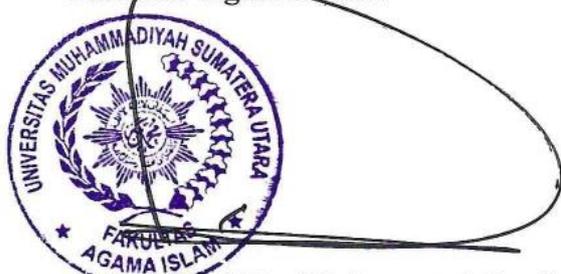
Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 16 September 2023

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, MA

**Dekan
Fakultas Agama Islam**



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

**Ketua Program
Studi Manajemen Bisnis Syariah**

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Medan, 16 September 2023

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n. Indah Sukma Permatasari Harahap
Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap Skripsi Mahasiswa Indah Sukma Permatasari Harahap yang berjudul **Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh & Haji Mahmud Harahap**, maka kami berpendapat bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada Sidang Munaqasah untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Selamat Pohan, S.Pd, M.Si



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, MA

Nama Mahasiswa : Indah Sukma Permatasari Harahap
Npm : 1801280117
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
3/7 2023	Bimbingan Angket		partisipasi Angket
11/7 2023	Angket. Ace untuk di subsektor		stake layanan ke layanan
09/7 2023	1. Subsektor dan Subsektor Angket. Open Survei. 2. partisi Hwal Angket		

Medan, 9 Juni 2023



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsu) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsu) [t umsumedan](https://www.twitter.com/umsu) [y umsumedan](https://www.youtube.com/umsu)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, MA

Nama Mahasiswa : Indah Sukma Permatasari Harahap
Npm : 1801280117
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15/2/23	Perbedaan kual. dan kuant. variabel terikat pelayanan pd setiap variabel (X1) dst.		
6/9/2023	Acc. Uth. Firdaus 6/9/2023		lanjut ke jurnal

Medan, 15 Agustus 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan

Asst. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A.

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

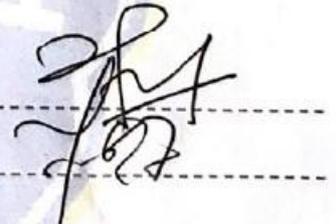
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Indah Sukma Permatasari Harahap
NPM : 1801280117
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : X
Tanggal Sidang : 21/09/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, M.Si
PENGUJI II : Mutiah Khairah Sihotang, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Percaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam literasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	$\frac{3}{4}$ Ain	'	komater balik di atas
غ	Gain	G	ge
فا	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	$\frac{3}{4}$	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	kasrah	I	i
و —	damamah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى—	fathah dan ya	Ai	a dan i
و—	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كتب
- fa'ala: فعل
- kaifa: كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf Dan Tanda	Nama
ا —	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و —	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال: **qāla**

مار: **ramā**

قيل: **qīla**

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathāh*, *kasrah* dan «*ammah*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun* transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *raudāh al-atfāl* - *raudatul atfāl*: لروضة الاطفال
- *al-munawwarah al-Madīnah*: المدينة المنورة
- *ṭalḥah*: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid*

tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوع
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihil-Qur'anu
- SyahruRamadanal-lażiunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*.

Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

Indah Sukma Permatasari Harahap, NPM 1801280117, Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, Medan, Pembimbing Selamat Pohan, MA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap dan sampel yang digunakan sebanyak 91 orang dengan menggunakan *Purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis pada penelitian ini adalah uji validitas dan realibilitas data, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien linier determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah. Hasil perhitungan yang telah dilakukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,591 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah. Hasil perhitungan yang telah dilakukan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,355 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. (3) Secara simultan diketahui bahwa Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap dengan angka signifikansi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,583 > 3,14$). (4) Berdasarkan uji determinasi koefisien menunjukkan bahwa nilai *R-square* sebesar 0,929 atau 92,9% hal itu menjelaskan bahwa variabel bebasnya yaitu Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Sedangkan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Jamaah*

ABSTRACT

Indah Sukma Permatasari Harahap, NPM 1801280117, The Effect of Pricing and Service Quality on Umrah Pilgrims Satisfaction on Umrah Travel and Hajj of Mahmud Harahap, Medan, Selamat Pohan, MA

This research aims to analyze the influence of Pricing and Service Quality on Umrah Pilgrims' Satisfaction on Umrah Travel and Hajj of Mahmud Harahap. This research uses quantitative methods and associative research types. The population in this research were the Pilgrims of Umrah Travel and Hajj Of Mahmud Harahap and the sample used was 91 people using purposive sampling. Data collection techniques used in this research are questionnaires, interviews and documentation. The analytical method in this research used the validity and realibility of the data, the normality test, the classic assumption test, the multiple regression test, the hypothesis test and the linear coefficient of determination test. The results of the study show that: (1) Pricing has a positive and significant effect on Pilgrims Satisfaction. The results of the calculations that have been carried out are the $t_{count} > t_{table}$ was $2,591 > 1,987$ with the significant value was $0,020 < 0,05$, which indicates H_0 is rejected and H_1 is accepted. (2) Service Quality has a positive and significant effect on Pilgrims Satisfaction. The results of the calculations that have been carried out are t arithmetic values $t_{count} > t_{table}$ was $2,335 > 1,987$ with the significant value was $0,000 < 0,05$, which indicates H_0 is rejected and H_2 is accepted. (3) Simultaneously it is known that Pricing and Servcie Quality have a significant effect on Pilgrims Satisfaction of Umroh and Hajj Travel Mahmud Harahap with a significance number of $F_{count} > F_{table}$ ($26,583 > 3,14$). (4) Based on the coefficient determination test, it shows that the R-square value is 0.929 or 92.9%, it explains that the independent variables, namely Pricing and Servcie Quality affect the Pilgrims Satisfaction of Umroh and Hajj Travel Mahmud Harahap. While the remaining 7.1% is influenced by variables which were not investigated in this study.

Keyword: Pricing, Service Quality and Pilgrims Satisfaction

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur Alhamdulillah atas rahmat Allah Yang Maha Esa, karena dengan izin dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'at-nya kelak di hari akhir.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap”**. Skripsi ini merupakan kewajiban bagi penulis guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-1 pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Terwujudnya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

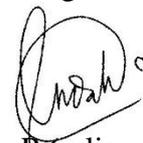
1. Orang tua penulis, yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada putrinya ini dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita- citanya.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A, selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I, M.A, selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Syahrul Amsari, S.E.Sy, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Selamat Pohan, MA, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan membina sehingga tersusun skripsi ini.
9. Bapak Mahmud Harahap, selaku pemilik dari Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap yang mengizinkan dan membantu penulisan dalam melakukan penelitian di tempat tersebut.
10. Fitra Sulistina Wati S.E dan Khairunnisa, S.Ked., selaku senior penulis dan sahabat dekat yang selalu mendukung dan membimbing penulis, serta terimakasih kepada sahabat keluarga besar penulis di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah C1 Pagi Angkatan 2018 selaku sahabat seperjuangan yang menemani dan memotivasi agar tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Skripsi yang peneliti selesaikan dapat memperkaya wacana intelektual, khususnya bagi ilmu-ilmu manajemen bisnis syariah. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon doa dan restu agar ilmu yang telah diperoleh menjadi ilmu yang bermanfaat dan memberi berkah bagi kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat. Amin Ya Robbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, Agustus 2023



Penulis

INDAH SUKMA PERMATASARI HARAHAP

NPM 1801280117

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II : LANDASAN TEORITIS.....	8
A. Deskripsi Teori	8
1. Penetapan Harga	8
a. Strategi Penetapan Harga.....	8
b. Indikator Penetapan Harga	9
c. Langkah-langkah Penetapan Harga.....	10
2. Kualitas Pelayanan.....	11
a. Indikator Kualitas Pelayanan.....	12
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
c. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan	13
3. Kepuasan Jamaah.....	14
a. Faktor-Faktor Kepuasan Jamaah	15
b. Indikator Kepuasan Jamaah.....	15
c. Dimensi dalam Kepuasan Jamaah	16
B. Penelitian yang Relevan	16

C. Kerangka Berfikir	19
D. Hipotesis	21
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Metode Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Populasi, Teknik Penarikan Sampel dan Sampel.....	25
D. Variabel Penelitian.....	27
E. Definisi Operasional Variabel	27
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Instrument Penelitian	30
H. Teknik Analisis Data	30
BAB IV : HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	35
A. Deskripsi Institusi.....	35
1. Profil & Sejarah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap..	35
2. Visi dan Misi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap	35
3. Struktur Organisasi Travel Umroh Haji Mahmud Harahap ...	36
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
C. Penyajian Data.....	39
D. Analisis Data	44
1. Uji Kualitas Data	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Realibilitas.....	47
2. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Heterokedastisitas.....	50
c. Uji Multikolinearitas	51
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	52
4. Uji Hipotesis	53
a. Uji T (Parsial).....	53
b. Uji F.....	54

c. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-square</i>)	55
E. Interpretasi Hasil Analisis Data.....	56
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan.....	17
Tabel III.1	Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	25
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket.....	29
Tabel III.3	Skala Likert.....	30
Tabel IV.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel IV.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	37
Tabel IV.3	Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel IV.4	Skor Variabel Penetapan Harga.....	39
Tabel IV.5	Skor Variabel Kualitas pelayanan.....	41
Tabel IV.6	Skor Variabel Kepuasan jamaah.....	43
Tabel IV.7	Tabel rangkuman hasil Uji Validitas Penetapan Harga.....	44
Tabel IV.8	Tabel rangkuman hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan.....	45
Tabel IV.9	Tabel rangkuman hasil Uji Validitas Kepuasan jamaah.....	46
Tabel IV.10	Uji Realibilitas Instrument Penetapan Harga.....	47
Tabel IV.11	Uji Realibilitas Instrument Kualitas pelayanan.....	47
Tabel IV.12	Uji Realibilitas Instrument Kepuasan jamaah.....	48
Tabel IV.13	Uji Normalitas metode Kolmogrov-Smirnov.....	49
Tabel IV.14	Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel IV.15	Uji <i>t</i> (parsial).....	53
Tabel IV.16	Uji statistik F (simultan).....	55
Tabel IV.17	Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>R-square</i>).....	56

DAFTAR GAMBAR

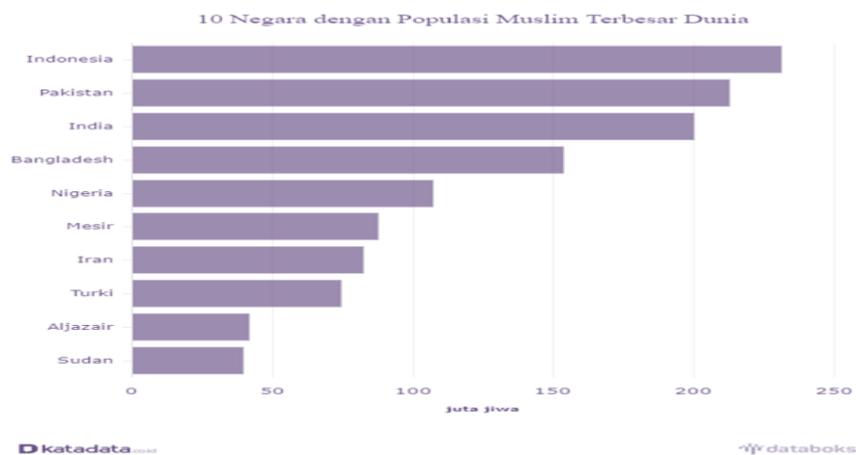
Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Grafik 10 Negara Populasi Muslim terbesar Dunia 2022.....	1
Gambar II.1	Kerangka Berfikir.....	20
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.....	36
Gambar IV.2	Grafik Histogram P-Plot.....	49
Gambar IV.3	Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	50
Gambar IV.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi salah satu negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, hal ini tercatat dalam laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Proporsi penduduk muslim di Indonesia pun mencapai 11,92% dari total populasinya di dunia. Sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar I.1. Grafik 10 Negara dengan Populasi muslim terbesar dunia 2022, di bawah ini:



Gambar I.1

Grafik 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia 2022

Sumber: katadata.co.id

Tidak heran jika kebutuhan akan pelayanan untuk menjalankan ibadah umroh dan haji dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pertumbuhan yang signifikan dari jumlah jamaah haji dan umroh di Indonesia, sejalan dengan membaiknya indeks kepuasan jamaah terhadap layanan pemerintah, yaitu dari angka 84,85 pada tahun 2017 menjadi 85,23 pada 2018. (<https://kabar24.bisnis.com/read//layanan-haji-dan-umroh-terus-diawasi>).

Pelanggan merupakan kunci dari berjalannya usaha yang kita lakukan. Maka dari itu, kepuasan konsumen adalah tujuan utama dari aktivitas bisnis. Kepuasan serta ketidakpuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang mendeskripsikan

bahwa seseorang merasa senang atau kecewa terhadap apa yang ditawarkan. Konsumen yang merasa puas akan kembali menggunakan jasa atau produk yang kita tawarkan. Produsen atau penyedia jasa harus selalu memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Salah satu komponen yang menjadi indikator kepuasan pelanggan adalah penetapan harga. Menurut (Tjiptono, 2014), harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) hanya menimbulkan biaya (pengeluaran).

Lebih lanjut menurut Tandjung (Subhan, 2023), harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal. Hal ini sejalan dengan yang diutarakan Kotler (Budianto, 2016), bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.

Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual-beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Indikator lain yang menjadi komponen dalam kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler (Ayuningtyas, 2016) kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Puas artinya konsumen akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dipenuhi secara tepat waktu.

Menurut (Nasution, 2016) pelayanan artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Menurut Kotler (Christono, A. B., 2022), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sejalan dengan itu (Tjiptono, 2016) mengemukakan bahwa pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak

tampak atau tidak diketahui keberadaannya dan *service delivery* yang biasanya tampak atau diketahui pelanggan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2016). Adapun kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Sejalan dengan itu, menurut (Martino, 2023) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Sebagaimana yang tertuang dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah [2]: 267

Jika dilihat dalam kurun tiga tahun terakhir, pelanggan PT Mahmud Harahap mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 jumlah jamaah umroh yang mendaftar pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sebanyak 186 jamaah. Pada tahun 2020 sejak dimulainya pandemi Covid-19 hingga tahun 2021, kegiatan di Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap diberhentikan sementara waktu. Hal ini juga disebabkan diberlakukannya sistem *lockdown* di beberapa negara, salah satunya Arab Saudi. Dan di tahun 2022, pendaftaran jamaah umroh dan haji Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap kembali dibuka. Adapun jumlah jamaah menurun cukup drastis sebanyak 118 orang dibandingkan jumlah jamaah di tahun 2019.

Dari hasil observasi sementara yang dilakukan, penulis menyadari bahwa masih adanya jamaah umroh yang beranggapan harga yang mereka keluarkan tidak

sebanding dengan apa yang jamaah dapatkan. Seperti kurangnya tingkat kewaspadaan dan kepekaan karyawan penyedia jasa travel umroh & haji terhadap jamaah, sehingga kerap kali terjadi jamaah tercecer dari rombongan. Hal ini merupakan elemen krusial dalam kualitas pelayanan jamaah umroh. Sedangkan dari sudut pandang Travel Umroh & Haji Mahmud Harahap ini banyak memberikan paket perjalanan dengan harga yang terjangkau bagi jamaahnya, karena bagi perusahaan harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan, sebab tingkat harga yang ditetapkan perusahaan akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada jamaah.

Ditambah lagi persaingan dengan sesama penyedia jasa travel umroh lainnya. Travel Umroh & Haji Mahmud Harahap diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta harga yang sesuai, agar kepuasan jamaah dapat terpenuhi.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan penetapan harga dan kualitas pelayanan oleh PT Mahmud Harahap, dengan judul **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap”**, sehingga melalui penulisan ini diharapkan dapat menjadi kajian dasar dalam memahami komponen penting kepuasan pelanggan, dalam hal ini jamaah.

B. Identifikasi Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang akan dibahas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, karena variabel X1 dan variabel X2 sangat berkaitan dengan variabel Y, diantaranya yaitu:

1. Persaingan dalam pemasaran produk layanan jasa perjalanan umroh.
2. Terjadinya penurunan yang cukup drastis pada jumlah jamaah umroh pasca pandemi Covid-19.
3. Masih banyak jamaah yang tidak mengikuti arahan penyedia jasa perjalanan umroh.

4. Kurangnya tingkat kewaspadaan dan kepekaan penyedia jasa tour dan travel terhadap jamaah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah tertera dalam latar belakang masalah, berikut rincian masalah yang akan diteliti oleh penulis, antara lain:

1. Apakah Penetapan Harga berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan jamaah umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap?
3. Apakah Penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umr oh dan Haji Mahmud Harahap.
3. Untuk mengetahui Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Jamah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

E. Manfaat Penelitian

- a. Secara Aspek Teoritis
 1. Menganalisis Penetapan Harga pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh.
 2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap terhadap Kepuasan Jamaah Umroh.

3. Mengetahui Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

b. Secara Aspek Praktis

1. Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar strata satu (S1) serta menambah khasanah ilmu penulis guna pengembangan dalam bidang ilmu manajemen bisnis syariah, dimana salah satunya terkait dengan keputusan konsumen Islam dalam pemilihan produk yang berlabel Islami.
2. Memberikan informasi bagi masyarakat luas dan dapat memberikan pemahaman tersendiri tentang pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Travel Umroh dan Haji.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dengan menggunakan panduan skripsi Fakultas Agama Islam UMSU. Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, Identifikasi masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian serta Sistematika penulisan.
2. BAB II Landasan Teoritis yang berisikan Deskripsi teori, Penelitian yang Relevan, Kerangka berfikir, dan Hipotesis.
3. BAB III Metodologi Penelitian yang berisikan Metode Penelitian, Lokasi dan Waktu penelitian, Populasi, Teknik Penarikan Sampel dan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.
4. BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan yang berisikan Deskripsi Institusi, Deskripsi Karakteristik Responden, Penyajian Data, Analisis Data, dan Interpretasi Hasil Analisis Data.

5. BAB V Penutup yang berisi Kesimpulan, Saran dan Rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya serta ditujukan kepada pihak yang memungkinkan memanfaatkan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Deskripsi Teori

1. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Menurut Kotler & Keller (Putranto, 2019), harga merupakan satu-satunya unsur marketing yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

Menurut Eagle yang dikutip dari (Tjiptono, 2014), harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbul biaya (pengeluaran).

Lebih lanjut menurut Tandjung (Handoko, 2017), harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.

Hal ini sejalan dengan yang diutarakan Kotler (Oktavian, 2018), bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

a. Strategi Penetapan Harga

Menurut (Kotler & Keller, 2013), strategi penetapan harga digolongkan menjadi beberapa poin berikut ini:

1) Penetapan harga geografis

Perusahaan memutuskan untuk memberi harga produk/jasanya kepada konsumen yang berada di lokasi dan negara yang berbeda.

2) Diskon harga dan insentif

Perusahaan umumnya akan menyesuaikan harga, memberikan diskon serta insentif untuk pembayaran dini, volume pembelian dan pembelian di luar musim.

3) Penetapan harga promosi

Penetapan harga promosi menggunakan beberapa teknik yaitu penetapan harga pemimpin kerugian (*loss-leader*), penetapan harga acara khusus, pembiayaan berbunga rendah, jangka waktu pembayaran yang lebih panjang, jaminan dan kontrak kerja, serta diskon psikologis.

b. Indikator Penetapan Harga

Seperti yang telah disebutkan di atas, dari ketiga strategi penetapan harga tersebut, membentuk enam indikator menurut (Kotler & Keller, 2013), yaitu:

1. Keterjangkauan harga, harga yang ditetapkan perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen. Dengan harga yang terjangkau, akan banyak konsumen yang membeli atau menggunakan produk/jasa perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, perusahaan menyediakan produk/jasa yang harganya sesuai dengan kualitasnya. Apabila harga lebih tinggi, orang-orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
3. Daya saing harga, perusahaan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan tempat yang lain. Dikarenakan konsumen sering membandingkan harga suatu produk/jasa dengan produk/jasa lainnya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Jika konsumen merasakan manfaat produk/jasa lebih kecil dari uang yang dikeluarkan, maka konsumen beranggapan bahwa produk/jasa tersebut mahal.
5. Bonus, perusahaan dapat selalu memberikan bonus berupa diskon atau voucher, hal ini dapat menarik lebih banyak konsumen.

c. Langkah-langkah Penetapan Harga

Pelaku usaha harus mempertimbangkan banyak faktor dalam mekanisme penetapan harganya, supaya harga yang ditentukan pelaku usaha tersebut dapat diterima oleh konsumen dan pada akhirnya konsumen tetap melakukan transaksi atas layanan produk/jasa yang ditawarkan. Beberapa langkah dalam mekanisme penetapan harga, diantaranya sebagai berikut:

1. Memilih tujuan penetapan harga

Tujuan penetapan harga bukan hanya didasarkan atas tingkat keuntungan dan perolehannya saja, melainkan juga atas pertimbangan non-ekonomis lainnya. Semakin jelas tujuan pelaku usaha, maka semakin mudah menetapkan harga. Berikut ini adalah beberapa tujuan penetapan harga oleh pelaku usaha (Kasmir, 2014), antara lain:

- a. Untuk memaksimalkan laba;
- b. Memperbesar *market share*;
- c. Mutu produk;
- d. Karena pesaing.

2. Menentukan permintaan

Permintaan harga berbanding terbalik, jika semakin tinggi harganya maka semakin rendah permintaannya. Namun jika harga tersebut menurun, tingkat permintaannya akan meningkat.

3. Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan pelaku usaha untuk produk/jasanya. Sedangkan biaya dapat menentukan batas terendahnya.

4. Menganalisis biaya, harga dan tawaran pesaing

Kemungkinan-kemungkinan harga yang ditentukan permintaan pasar dan biaya usaha mengakibatkan pelaku usaha harus mempertimbangkan biaya, harga dan reaksi pesaing. Pelaku usaha dapat merubah harganya sebagai reaksi terhadap harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lainnya.

5. Memilih metode penetapan harga

Berikut ini metode yang biasa digunakan dalam menetapkan harga, antara lain, penetapan harga *mark-up*, penetapan harga sasaran pengembalian, penetapan harga persepsi nilai, penetapan harga umum dan penetapan harga lelang.

6. Memilih harga akhir

Untuk menetapkan harga akhir maka pelaku usaha harus mempertimbangkan faktor tambahan sebagai berikut, dampak dari kegiatan pemasaran lain, kebijakan penetapan harga usaha dan dampak harga terhadap pihak lain (Kotler, 2013).

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan atau jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan aktivitas yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah sikap atau penilaian global terhadap keunggulan dari jasa, meskipun lingkup sebenarnya dari sikap ini tidaklah sependapat (Nasib, 2017).

Menurut Kotler (Kotler, 2013) kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Ini berarti bahwa, kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Puas artinya konsumen akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dipenuhi secara tepat waktu.

Menurut (Nasution, 2016) pelayanan artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Menurut Kotler (Budianto, 2013). Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sejalan dengan itu (Tjiptono, 2015) mengemukakan bahwa, pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya dan *service delivery* yang biasanya tampak atau diketahui pelanggan.

Dalam Islam, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya dilakukan untuk bertujuan mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah jamaah, namun dalam Islam memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain telah diperintahkan oleh Allah Subhanahu wa ta'ala dalam surah Al-Luqman ayat 18-19:

فَجُورٍ مُّخْتَالٍ كَلَّ يَجِبُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ إِنَّ مَرِحَ اللَّارِضِ فِي تَمَشٍ وَلَا لِلنَّاسِ خُدَّكَ تُصَعَّرُ وَلَا (١٨) مَشِيكَ فِي وَاقِبِ
الْحَمِيرِ لَصَوْتًا الْأَصْوَاتِ أَنْكَرَ إِنْصَوْتِكَ مِنْ وَاعْضُنْ (١٩)

“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanakanlah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu, sesungguhnya seburuk-buruk itulah suara keledai”. (QS. Al-Luqman [31]: 18-19).

Dari berbagai pendapat di atas, maka dapat diberikan kesimpulan, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

a. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono terdapat lima indikator utama kualitas pelayanan (Tjiptono, 2015), diantaranya:

1. Kehandalan, yakni kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan dan sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Daya tanggap. Aspek ini menunjukkan motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.
3. Jaminan. Dalam aspek ini mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
4. Perhatian. Dalam hal ini meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. Bukti fisik. Aspek ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Yoeti mengemukakan lima dimensi dari kualitas pelayanan (Handoko, 2017), diantaranya:

1. *Tangibles* (bukti fisik), yakni kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. *Reability* (andalan), adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan responsive kepada pengguna jasa dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan & kepastian), adalah pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pengguna jasa kepada perusahaan.
5. *Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pengguna jasa dengan berupaya memahami keinginan mereka.

c. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (Tjiptono, 2014), antara lain:

1. Komunikasi pasar, yang meliputi bauran promosi seperti periklanan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, pemasaran interaktif dan promosi penjualan.
2. Komunikasi Gethok tular. Faktor eksternal perusahaan berdasarkan pendapat dari konsumen langsung dan menyebar dari mulut ke mulut.
3. Citra perusahaan, yakni kesan penilaian tersendiri menurut masyarakat.

4. Kebutuhan konsumen, yaitu melihat apa yang menjadi solusi bagi konsumen agar memenuhi kebutuhannya.

3. Kepuasan Jamaah

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2014). Adapun kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Handoko, 2017).

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler & Keller, 2013).

Oliver dalam bukunya menyatakan kepuasan merupakan tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau yang melebihi harapan pelanggan (Utami, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah rangkuman dari kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam pelanggan tentang pengalaman pengkonsumsian (Kasino, 2018). Dalam hadits riwayat Al-Baihaqi, hukum Islam tentang kepuasan yaitu, “*Kepuasan adalah pusaka yang tidak bisa hilang*” [HR. Al-Baihaqi].

Berdasarkan penjelasan diatas dapat kita simpulkan, bahwasanya kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh jamaah umroh Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap di tahun 2022. Apabila hasil yang dirasakan berada di bawah harapan, maka jamaah umroh akan kecewa. Begitu sebaliknya, apabila sesuai dengan harapan maka jamaah umroh akan puas.

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ada lima faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan seperti yang diungkapkan oleh Lupiyoadi (Sutrisna, E. dan Yusnani, 2021), antara lain:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan serta membuang waktu demi mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

b. Indikator Kepuasan Jamaah

Menurut Kotler & Armstrong (Maki, 2021) ada empat indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan. Berikut adalah indikatornya:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat serta keluhan mereka.

2. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) yang berperan sebagai pelanggan potensial produk

perusahaan dan berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost customer analysis*

Metode ini sangat unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok.

4. Survey kepuasan jamaah

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus memberi tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Dimensi Dalam Kepuasan Pelanggan

Berikut adalah dimensi dalam kepuasan pelanggan menurut Kotler (Kotler, 2013):

1. *Attributes related to product*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, *benefit* dari produk tersebut.
2. *Attributes related to service*, yakni dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan.
3. *Attributes related to purchase*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan dalam mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

B. Penelitian yang Relevan

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mempelajari, membaca serta memahami penelitian terdahulu yaitu jurnal-jurnal yang telah meneliti permasalahan yang hampir sama dengan penelitian penulis, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya (Jurnal) yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut, antara lain:

Tabel II.1 Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan

No.	Nama, Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Vini Alvionita Ismi (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah umroh terhadap loyalitas jamaah di PT Multazam wisata Agung Medan.	Metode ini menggunakan korelasi linier berganda.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah umroh memberikan pengaruh terhadap loyalitas jamaah sebesar 44% dan sisanya 56% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti (Vini Alvionita Ismi, 2019).
2	Ni Kadek Ita Riyanti, I Gusti Ngurah Eka Teja Kusuma, I Gede Rihayana (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promodi Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Villa Rendezvous Bali.	Metode regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali di villa Rendezvous Bali. (Ni Kadek Ita Riyanti, I Gusti Ngurah Eka Teja Kusuma, I Gede Rihayana , 2020).

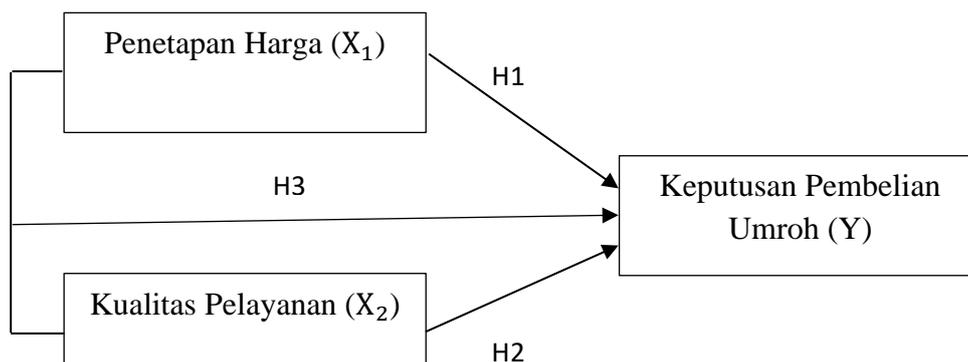
3	Yusnani dan Endang Sutrisna (2018)	Pengaruh Kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa umroh pada PT Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru.	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi Berganda.	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan dan penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Yusnani dan Endang Sutrisna, 2018).
4	Rita Kasturiani (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Barokah Jaya Tour.	Penelitian kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda.	Ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour & Travel Madiun (Rita Kasturiani, 2018).
5	Masdukih (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jama'ah Haji Pada KBIH Jabal Uhud Kota Tangerang.	Metode kuantitatif dengan menggunakan metode causal descriptive.	Rata-rata jama'ah haji merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh KBIH Jabal Uhud Kota Tangerang (Masdukih, 2019).

Penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu secara umum penelitian terdahulu menggunakan model penelitian kuantitatif deskriptif. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Persamaan di antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan teknik pengumpulan data yang sama yaitu angket/kuesioner.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dirancang untuk mempermudah dalam penyajian tahapan-tahapan pelaksanaan penelitian. Kerangka berfikir merupakan model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori tersebut saling berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini penulis mencari tahu seberapa besar pengaruh dari Penetapan harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel independen dan dependen, variabel independen yaitu Penetapan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), sedangkan pada variabel dependen adalah Kepuasan Jamaah Umroh (Y). Berdasarkan inti masalah penelitian, maka hubungan dari kedua variabel tersebut dapat digambarkan pada Gambar II.1 Kerangka Berfikir, di bawah ini:



Gambar II.1
Kerangka Berfikir

Penjelasan Hipotesis:

H1: Penetapan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

H3: Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Salah satu poin yang menjadi faktor kepuasan pelanggan adalah penetapan harga pada suatu produk/jasa. Ketika pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harga (biaya) yang mereka keluarkan, maka kepuasan pun tercipta.

Semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan jamaah haji juga semakin tinggi. Kualitas produk baik barang maupun jasa merupakan hal penting dan yang diharapkan oleh para konsumen, bahwa keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.

Oleh sebab itu, penetapan harga dan kualitas pelayanan sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sebagaimana yang sudah tergambar pada kerangka konseptual di atas.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah penjelasan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam sebuah bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan saja. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan data. Jadi hipotesis juga bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum juga jawaban empiris (Sugiyono, 2015).

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Penetapan harga berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

H3: Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, interview dan dokumentasi. Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif bertujuan untuk menganalisis permasalahan suatu variabel dengan variabel lainnya. Selain itu, dalam pendekatan asosiatif ini cenderung menggunakan data dengan metode kuantitatif (Sugiyono P. , 2015). Disebut dengan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Juliandi & Manurung, 2014). Sebuah metode dalam status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, dan suatu sistem pemikiran maupun kelas peristiwa pada masa sekarang, yang juga bertujuan untuk menerangkan hubungan, menguji, hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan arti dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Karena penelitian ini sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang akan diselidiki (Ajak Rukajat, 2018).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Lapangan atau yang dikenal juga dengan (*Field Research*). Penelitian ini berlokasi di Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap yang beralamat lengkap di Jln. Medan - Lubuk Pakam Km. 18,5 Tanjung Morawa, Sumatera Utara.

Pengambilan lokasi ini karena lokasi strategis yang menyediakan jasa pelayanan Travel Umroh dan Haji, tempat penelitian ini juga tidak jauh dari tempat tinggal penulis.

Waktu yang dibutuhkan mulai dari Pengajuan judul, Observasi sampai penyusunan proposal hingga selesai hasil penelitian skripsi dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel III.1
Waktu Pelaksanaan Penelitian

Keterangan	Waktu Pelaksanaan																					
	Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023				April - Juni 2023				Juli - Agustus 2023				September - Oktober 2023	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Pengajuan Judul		■	■																			
Penyusunan Proposal				■	■	■																
Bimbingan Proposal						■	■	■														
Seminar Proposal									■													
Pengumpulan Data													■	■	■	■	■	■	■	■		
Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■		
Sidang Skripsi																					■	

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Populasi juga merupakan kumpulan elemen yang memiliki informasi untuk kepentingan peneliti dan hasilnya akan menjadi kesimpulan bagi kelompok populasi tersebut (Suryani & Hendryadi, 2015). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para jamaah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

Dalam Penelitian ini Populasi diambil untuk menentukan sampel adalah Jamaah atau pelanggan yang sudah melakukan transaksi perjalanan tur umroh di

Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Adapun jumlah populasi yang diambil dari jumlah jamaah pada tahun 2022 yaitu sebanyak 118 jamaah.

2. Teknik Penarikan Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil dan diteliti untuk mendapatkan hasil penelitiannya, dan dipergunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan, dengan begitu sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti (Suryani & Hendryadi, 2015).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Penetapan Sampeling atau *Purposive Sampling*, yaitu Metode dengan menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria pemilihan sampel terbagi menjadi kriteria inklusi dan eksklusi, kriteria inklusi adalah kriteria sampel yang diinginkan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Salamadian, 2017).

Ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya, yaitu sebanyak 118 orang jamaah. Untuk tingkat kesalahan (*level of error*) yang ditetapkan dalam penentuan sampel ini adalah sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Maka berikut ini adalah perhitungan pengambilan sampel menggunakan teknik slovin:

Rumusnya:
$$n = \frac{N}{1+(e)^2}$$

Keterangan:

N= Jumlah populasi

n= Sampel unit

e= *Level of error* (tingkat kesalahan) sebesar 0,05 atau 5%

Menurut data yang diperoleh, jumlah populasi yaitu sebanyak 118 orang jamaah, sehingga jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{118}{1 + 118(0.05)^2}$$

$$n = \frac{118}{1.295}$$

$$n = 91,1$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 91 orang jamaah atau sekitar 77% dari 118 orang total populasi. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Semakin kecil batas kesalahan yang digunakan, maka hasil penelitian yang didapatkan akan semakin akurat. Dan jika semakin kecil batas kesalahan yang diambil, maka akan semakin besar pula jumlah sampel yang didapatkan.

D. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian merupakan poin-poin yang akan menjadikan karakter dalam suatu penelitian. Variabel dibentuk berdasarkan kerangka konsep penelitian.

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Penetapan Harga (X1)
- b. Kualitas Pelayanan (X2)

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah:

- a. Kepuasan Jamaah (Y)

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan pengertian dari variabel yang digunakan dalam penelitian yang diinterpretasikan secara operasional dalam lingkup objek yang diteliti dan menggunakan indikator indikator di dalamnya. Berikut merupakan Definisi Operasional Variabel:

1. Variabel Bebas

a. Penetapan Harga (X1)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2. Variabel Terikat

a. Kepuasan Jamaah (Y)

Kepuasan atau ketidakpuasan Jamaah merupakan respon dari jamaah (pelanggan) terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono P. D., 2016). Wawancara merupakan dialog langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan responden (Juliandi & Manurung, 2014). Observasi penelitian ini dilakukan pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melihat/menilai data-data historis atau masa lalu (Juliandi & Manurung, 2014). Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan penulis (Juliandi & Manurung, 2014). Di dalam angket terdapat beberapa pernyataan yang memuat variabel Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Jamaah dan pada variabel-variabel itu merupakan pernyataan yang sesuai dengan indikator yang

mempengaruhinya. Angket akan diberikan kepada jamaah umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Poin-poin/Butir Angket
1	Penetapan Harga (X_1)	Keterjangkauan harga	1
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa	2, 3
		Daya saing harga	4,5
		Kesesuaian harga dengan manfaatnya	6,7
		Bonus	8, 9
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	1, 2
		<i>Reability</i> (andalan)	3, 4
		<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	5, 6
		<i>Assurance</i> (jaminan & kepastian)	7, 8
		<i>Empathy</i> (perhatian)	9, 10
3	Kepuasan Jamaah (Y)	Kualitas produk & jasa	1, 2
		Emosional	3, 4, 5
		Harga	6
		Biaya	7, 8

G. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data merupakan langkah pengumpulan data-data yang relevan bagi penelitian. Sedangkan instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian (Juliandi & Manurung, 2014). Instrumen dalam penelitian ini merupakan angket yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara terperinci dalam butir-butir pernyataan dalam angket yang dibagikan kepada para responden. Penetapan skor yang diberikan pada tiap butir-butir instrumen dalam penelitian ini. Responden diminta untuk mengisi tiap butir-butir pernyataan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Penyekoran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala likert yang memiliki lima alternatif jawaban. Penulis membagikannya dalam lima kelompok:

Tabel III.3
Skala Likert

Alternatif jawaban	Skor jawaban
SS: Sangat Setuju	5
S: Setuju	4
KS: Kurang Setuju	3
TS: Tidak Setuju	2
STS: Sangat Tidak Setuju	1

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan ini yaitu penelitian kuantitatif. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Penetapan harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap serta dijelaskan teknik dalam analisis data pada penelitian ini, yaitu:

1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validasi/Validitas Data

Uji Validitas digunakan dalam menguji penelitian yang menggunakan kuesioner dalam pengambilan datanya. Uji validitas

digunakan guna untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyanto, 2010). Prosedur pengujian validasi instrumen dilakukan dengan mengukur skor variabel dari skor butir, menghitung koefisien korelasi sederhana antara skor butir (X) dengan variabel (Y). Perhitungan ini menggunakan perhitungan korelasi sederhana yang diolah dengan menggunakan program SPSS 25. Jika korelasi tiap butir instrumen tersebut besarnya 0,3 ke atas, maka tiap butir instrumen tersebut merupakan konstruk yang kuat, sebaliknya jika korelasi tiap butir instrumen besarnya di bawah 0,3, maka tiap butir instrumen tersebut tidak valid (Sugiyono P. D., 2016).

b. Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket dikatakan *reliable* atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas digunakan guna untuk menguji konsistensi alat ukur apakah hasilnya tetap konsisten dan reliabel (Priyanto, 2010). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Alpha Cronbach* (α).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitass instrument
- K : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum ab^2$: jumlah varians butir
- σt^2 : varians total

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, akan dilakukan dengan cara membandingkan perhitungan r_{11} dibandingkan dengan r_{tabel} pada $\alpha=10\%$ dengan kriteria kelayakan jika $r_{11} > r_{tabel}$ berarti dinyatakan *reliable*, dan jika $r_{11} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak *reliable*. Suatu konstruk atau

variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.06,¹⁴.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik secara sederhana digunakan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal (distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan) (Bara & Nasution, 2018). Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistika, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari Uji multikolinieritas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1-R_j^2)}$$

Dimana R_j^2 merupakan koefisien determinasi dari regresi variabel bebas. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak mengandung multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Jika menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi maka disebut analisis regresi linier berganda. Dalam pengujian analisis ini menggunakan dua variabel independen yaitu, sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y : nilai variabel Kepuasan Jamaah

X1 : nilai variabel Penetapan Harga

X2 : nilai variabel Kualitas Pelayanan

β : Konstanta

β_1/β_2 : besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian.

a. Uji T atau (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji $t < 0,05$, maka disimpulkan bahwa secara individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Adapun ketentuan dalam uji t adalah:

- 1) Apabila $t_{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) Apabila $t_{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara parsial variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang bersifat simultan (bersama-sama) terutama pengujian signifikan terhadap

koefisien korelasi gandanya. Data dianalisis menggunakan *SPSS Windows 25* melalui tabel *Anova*, hipotesisnya adalah:

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_a : \beta \neq 0$$

c. Uji Koefisien Determinasi (uji R)

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistic yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan (Al-Ghifari, 2008).

Apabila $K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y lemah, dan apabila $K_d = 1$ berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y kuat. Tinggi rendahnya variabel independen mempengaruhi variabel dependen ditentukan oleh nilai koefisien determinasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Profil dan Sejarah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

PT. Umroh dan Haji Mahmud Harahap atau yang juga dikenal dengan nama MH Travel, berdiri pada tahun 2014. Mulanya perusahaan ini dikenal dengan nama CV. MH Tur dan Travel. Hingga saat ini, MH Travel sudah memperkerjakan sekitar 100 orang lebih karyawan, dan telah memberangkatkan sekitar lebih dari 1.000 orang jamaah.

Awal mula berdirinya travel ini dikarenakan pada saat itu, banyak travel yang mengingkari keberangkatan jamaah ke Tanah Suci dengan alasan-alasan yang tidak masuk akal dan tentunya sangat merugikan jamaah. Ide bisnis ini timbul dari sang Ibunda pemimpin perusahaan PT. Umroh dan Haji Mahmud Harahap, yakni Ibu Hj. Dahniar Siregar, yang menginginkan agar berdirinya perusahaan biro jasa perjalanan umroh ini. Maka dari itu, Bapak Sutan Kali Mahmud Harahap selaku pemimpin dan juga pemilik Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap mendirikan sebuah travel dengan visi perjalanan umroh terjadwal.

PT. Umroh dan Haji Mahmud Harahap merupakan hasil dari perjuangan panjang pemimpin perusahaan dan jajaran staf yang turut membantu demi memudahkan jamaah yang akan berangkat ke Tanah Suci, guna beribadah. Selain membantu keberangkatan jamaah ke Tanah Suci, PT. Umroh dan Haji Mahmud Harahap juga menyediakan paket tur ke berbagai negara lainnya, seperti Turki. Dengan berbagai paket perjalanan dengan harga yang kompetitif.

2. Visi dan Misi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

a. Visi

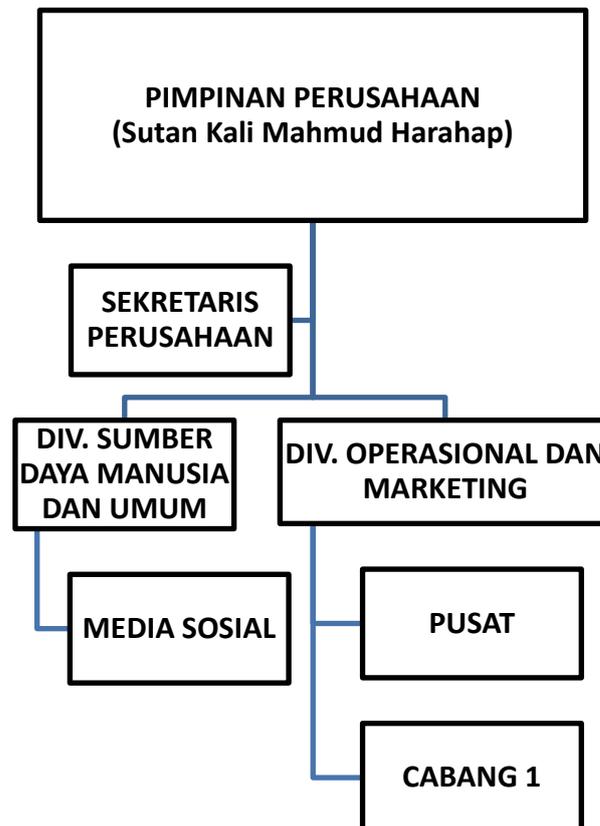
Menjadi perusahaan biro jasa perjalanan umroh yang mudah, praktis, dan ekonomis).

b. Misi

Menciptakan nilai lebih bagi jamaah dengan memberikan pelayanan umroh yang berkualitas disertai dengan harga yang ekonomis dalam mewujudkan cita-cita jamaah pergi ke tanah suci.

3. Struktur Organisasi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap diprakarsai oleh Bapak Sutan Kali Mahmud Harahap dan dibantu oleh jajaran kesektariatan dan staf lainnya. Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap juga mempunyai cabang di daerah lainnya. Sebagaimana yang dapat dilihat pada gambar IV.1 Struktur Organisasi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, berikut:



Gambar IV.1

Struktur Organisasi Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

A. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini terkumpul data primer yang diambil dari 91 responden untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pada Jamaah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Adapun karakteristik dari responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan. Rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	53	58,24
Perempuan	38	41,76
Total	91	100

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel IV.1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas yang menjadi responden adalah berjenis kelamin Laki-laki, yaitu sebanyak 53 orang atau 58,24% dan minoritas responden berjenis kelamin Perempuan, yaitu sebanyak 38 orang atau sebesar 41,76% dari keseluruhan responden berjumlah 91 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan usia dari 91 responden, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
17-30 tahun	16	17,58
31-45 tahun	41	45,05
> 45 tahun	34	37,36
Total	91	100

Dari tabel IV.2 di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yang diambil pada sampel penelitian ini mayoritas berusia 31-45 tahun, yakni sebanyak 41 orang atau 45,05% dan minoritas responden berusia 17-30 tahun yang berjumlah 16 orang atau 17,58% dari keseluruhan responden berjumlah 91 orang.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan tingkat pendidikan dari 91 responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase
Guru	8	8,79
Ibu Rumah Tangga	19	20,88
Mahasiswa/Pelajar	9	9,89
Pegawai Negeri	13	14,29
Wiraswasta	24	26,37
Petani	2	2,2
Tidak Menyebutkan	16	17,58
Total	91	100

Berdasarkan data pada tabel IV.3 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden bekerja sebagai wiraswasta, yakni sebanyak 24 orang atau 26,37% dan minoritas responden bekerja sebagai petani yakni sebanyak 2 responden atau 2.2% dari keseluruhan responden berjumlah 91 orang.

B. Penyajian Data

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor dan jawaban responden dari angket yang penulis sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Deskripsi Hasil Analisis Persentase Jawaban Responden Untuk Variabel Penetapan Harga (X1)

Tabel IV.4
Skor Variabel Penetapan Harga (X1)

Alternatif jawaban												
No item	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	81	89,01	9	9,89	1	1,1	0	0	0	0	91	100
2	83	91,21	5	5,49	3	3,3	0	0	0	0	91	100
3	84	92,31	7	7,69	0	0	0	0	0	0	91	100
4	83	91,21	6	6,59	2	2,2	0	0	0	0	91	100
5	83	91,21	8	8,79	0	0	0	0	0	0	91	100
6	80	87,91	11	12,09	0	0	0	0	0	0	91	100
7	78	85,71	12	13,19	1	1,1	0	0	0	0	91	100
8	90	98,90	1	1,1	0	0	0	0	0	0	91	100
9	91	100	0	0	0	0	0	0	0	0	91	100

Berdasarkan tabel di atas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang Harga paket tur di Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap cukup terjangkau, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 81 responden atau sebesar (89,01%).
- 2) Tanggapan responden mengenai Kualitas jasa & produk yang ditawarkan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sepadan dengan harga yang

dibayarkan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).

- 3) Jawaban responden tentang Harga paket tur Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- 4) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap menawarkan harga paket tur yang lebih murah dibanding dengan agen tur travel umroh dan haji lainnya, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- 5) Jawaban responden tentang Harga pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap menjadi pertimbangan untuk membeli paket tur dan menggunakan jasa Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- 6) Jawaban responden mengenai Harga paket tur di Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sesuai dengan manfaat yang dirasakan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 80 responden atau sebesar (87,91%).
- 7) Jawaban responden tentang Harga yang dibayarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 78 responden atau sebesar (85,71%).
- 8) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan bonus (berupa souvenir serta oleh-oleh khas Tanah Suci), mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 90 responden atau sebesar (98,90%).
- 9) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan diskon atau voucher, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 91 responden atau sebesar (100%).

2. Deskripsi Hasil Analisis Presentase Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel IV.5
Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Alternatif jawaban												
No item	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	85	93,41	6	6,59	0	0	0	0	0	0	91	100
2	84	92,31	7	7,69	0	0	0	0	0	0	91	100
3	83	91,21	8	8,79	0	0	0	0	0	0	91	100
4	90	98,90	1	1,1	0	0	0	0	0	0	91	100
5	82	90,11	8	8,79	0	0	0	0	1	1,1	91	100
6	84	92,31	7	7,69	0	0	0	0	0	0	91	100
7	83	91,21	6	6,59	2	2,2	0	0	0	0	91	100
8	84	92,31	6	6,59	1	1,1	0	0	0	0	91	100
9	83	91,21	7	7,69	1	1,1	0	0	0	0	91	100
10	85	93,41	6	6,59	0	0	0	0	0	0	91	100

Berdasarkan tabel di atas maka data diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang Fasilitas yang diberikan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap untuk keberangkatan umroh (koper & tas selempang, baju seragam, buku doa, id card/tanda pengenal, mukenah) sudah memiliki kualitas yang baik, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 85 responden atau sebesar (93,41%).

- 2) Tanggapan responden mengenai Fasilitas dan peralatan umroh atau haji yang diberikan dalam keadaan lengkap dan kondisi yang baik, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- 3) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memiliki tempat yang layak dan nyaman untuk bimbingan umroh dan haji, serta dapat menanggung jumlah jamaah yang ada, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- 4) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap turut menyertakan penuntun (*guide*) yang sudah berpengalaman, mayoritas menjawab setuju sebanyak 90 responden atau sebesar (98,90%).
- 5) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memiliki prosedur pendaftaran yang mudah, mayoritas menjawab setuju sebanyak 82 responden atau sebesar (90,11%).
- 6) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu melayani jamaah dengan sopan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- 7) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- 8) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu bersedia memberikan informasi terbaru kepada jamaah, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- 9) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu memberikan perhatian penuh serta mendengarkan setiap keluhan para jamaah, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- 10) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap tanggap dalam menangani jamaah, terutama jamaah yang sudah lansia, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 85 responden atau sebesar (93,41%).

3. Deskripsi Hasil Analisis Presentase Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Jamaah (Y)

Tabel IV.6
Skor Variabel Kepuasan Jamaah (Y)

Alternatif jawaban												
No item	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	83	91,21	7	7,69	1	1,1	0	0	0	0	91	100
2	83	91,21	8	8,79	0	0	0	0	0	0	91	100
3	79	86,81	11	12,09	0	0	0	0	1	1,1	91	100
4	84	92,31	7	7,69	0	0	0	0	0	0	91	100
5	84	92,31	7	7,69	0	0	0	0	0	0	91	100
6	85	93,41	6	6,59	0	0	0	0	0	0	91	100
7	84	92,31	5	5,49	2	2,2	0	0	0	0	91	100
8	81	89,01	10	10,99	0	0	0	0	0	0	91	100

Berdasarkan tabel di atas maka data diuraikan sebagai berikut:

- (1) Jawaban responden tentang akan menggunakan jasa Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap ini kembali di lain waktu karena kualitas produk dan jasa yang sangat baik, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- (2) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan sambutan yang baik ketika jamaah datang, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 83 responden atau sebesar (91,21%).
- (3) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memahami kebutuhan spesifik jamaah, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 79 responden atau sebesar (86,81%).

- (4) Jawaban responden tentang Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu meninggalkan nomor kontak yang mudah dihubungi oleh jamaah, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- (5) Jawaban responden tentang Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap bersedia menanggung resiko dari kejadian yang tidak terduga, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- (6) Jawaban responden tentang Biaya yang sesuai dengan fasilitas yang jamaah dapatkan (Harga), mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 85 responden atau sebesar (93,41%).
- (7) Jawaban responden tentang Harga paket tur yang ditawarkan oleh Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sesuai dengan pendapatan jamaah, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden atau sebesar (92,31%).
- (8) Jawaban responden tentang Biaya yang dikeluarkan jamaah sepadan dengan fasilitas, perlengkapan dan pelayanan yang didapatkan, mayoritas menjawab sangat setuju sebanyak 81 responden atau sebesar (89,01%).

C. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan teknik statistik yaitu korelasi. Suatu angket dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ daripada r tabel. Sedangkan angket dikatakan tidak valid jika r hitung $<$ daripada r tabel. Berikut adalah tabel hasil dari uji validitas Variabel Penetapan Harga (X1):

Tabel IV.7

Tabel Rangkuman hasil Uji Validitas Penetapan Harga (X1)

No. Butir	Nilai Korelasi (r hitung)	Probability	Interpretasi
1	0,590	0,000 $>$ 0,5%	Valid
2	0,677	0,000 $>$ 0,5%	Valid

3	0,716	0,000 > 0,5%	Valid
4	0,661	0,000 > 0,5%	Valid
5	0,761	0,000 > 0,5%	Valid
6	0,689	0,000 > 0,5%	Valid
7	0,806	0,000 > 0,5%	Valid
8	0,746	0,000 > 0,5%	Valid
9	0,673	0,000 > 0,5%	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS 25

Berdasarkan tabel IV.7 di atas, hasil pengolahan data variabel Penetapan harga menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung memiliki nilai lebih besar daripada r tabel (0,5%) atau 0.2061, artinya seluruh pernyataan variabel X1 valid.

Berikut adalah hasil uji dari validitas Kualitas pelayanan (X2)

Tabel IV.8

Tabel Rangkuman hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan (X2)

No. Butir	Nilai Korelasi (r hitung)	Probability	Interpretasi
1	0,532	0,000 > 0,5%	Valid
2	0,629	0,000 > 0,5%	Valid
3	0,728	0,000 > 0,5%	Valid
4	0,548	0,000 > 0,5%	Valid
5	0,573	0,000 > 0,5%	Valid
6	0,692	0,000 > 0,5%	Valid

7	0,704	0,000 > 0,5%	Valid
8	0,589	0,000 > 0,5%	Valid
9	0,658	0,000 > 0,5%	Valid
10	0,531	0,000 > 0,5%	Valid

Berdasarkan tabel IV.8 di atas, hasil pengolahan data variabel Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung memiliki nilai lebih besar daripada r tabel (0,5%) atau 0.2061, artinya seluruh pernyataan variabel X2 valid.

Untuk melihat tingkat validitas pada variabel Kepuasan jamaah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.9

Tabel Rangkuman hasil Uji Validitas Kepuasan jamaah (Y)

No. Butir	Nilai Korelasi	Probability	Interpretasi
1	0,629	0,000 > 0,5%	Valid
2	0,728	0,000 > 0,5%	Valid
3	0,548	0,000 > 0,5%	Valid
4	0,678	0,000 > 0,5%	Valid
5	0,693	0,000 > 0,5%	Valid
6	0,506	0,000 > 0,5%	Valid
7	0,586	0,000 > 0,5%	Valid
8	0,624	0,000 > 0,5%	Valid

Berdasarkan tabel IV.9 di atas, hasil pengolahan data variabel Kepuasan jamaah menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung memiliki nilai lebih besar daripada r tabel (0,5%) atau 0.2061, artinya seluruh pernyataan variabel Y valid.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel. Suatu angket dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika nilai *cronbach alpha* < 0.60, maka dinyatakan tidak reliabel. Untuk mengetahui tingkat realibilitas pada instrument penetapan harga, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10

Uji Reliabilitas Instrument Penetapan Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,697	9

Sumber: SPSS 25.0

Berdasarkan tabel IV.10 di atas, nilai *cronbach alpha* pada variabel penetapan harga adalah 0,697 lebih besar dari 0,60. Maka kesimpulannya adalah instrumen yang diuji tersebut reliabel.

Untuk melihat tingkat realibilitas pada instrument Kualitas Pelayanan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11

Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan pada tabel IV.11 di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,721 lebih besar dari 0,60. Kesimpulannya adalah variabel religiusitas yang diuji reliabel.

Untuk melihat tingkat realibilitas pada instrument Kepuasan jamaah, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Uji Realibilitas Instrumen Kepuasan jamaah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,634	8

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan jamaah memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,634 lebih besar dari 0,60. Kesimpulannya adalah variabel yang diuji tersebut reliabel.

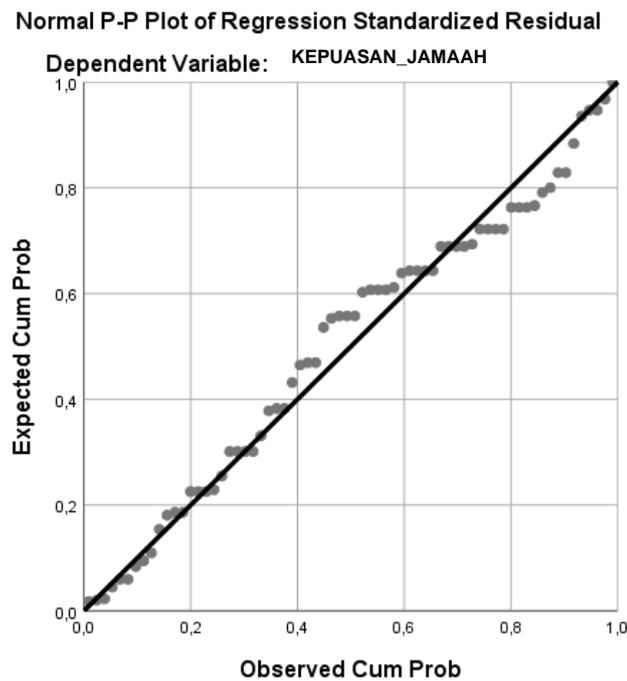
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan apakah berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di antara garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka grafik histogramnya P-Plotnya menunjukkan pola distribusi normal.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis, maka grafik histogramnya P-Plotnya berdistribusi tidak normal. Berikut adalah grafik histogram P-Plot:



Gambar IV.2

Grafik Histogram P-Plot

Sumber: IBM SPSS 25.0

Berdasarkan gambar IV.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, dimana titik-titik di sekitar garis diagonal menyebar dan masih mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov:

Tabel IV.13
Uji Normalitas metode Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,96026459
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,083
	Negative	-,098

Test Statistic	,098
Asymp. Sig. (2-tailed)	,174 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: IBM SPSS 25.0

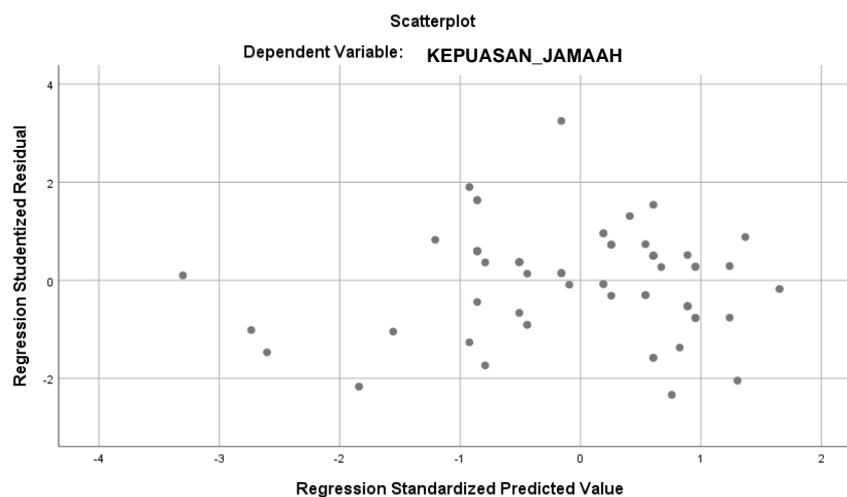
Berdasarkan Tabel IV.13 bahwa dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolomogrov Smirnov, didapatkan hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0,174 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis yaitu sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar serta tidak teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dengan SPSS versi 25, diperoleh hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar IV.3

Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Bentuk gambar IV.3 di atas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat dari titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas, dengan ketentuan:

1. Bila *tolerance* < 0,1 atau sama dengan *VIF* > 10, maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
2. Bila *tolerance* > 0,1 atau sama dengan *VIF* < 10, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Hasil uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.14
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PENETAPAN_HARGA	,996	1,174
	KUALITAS_PELAYANAN	,996	1,174
	AN		

a. Dependent Variable: KEPUASAN_JAMAAH

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel IV.14 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Penetapan harga (X1) sebesar 1,174 dan untuk variabel Kualitas pelayanan (X2) sebesar 1,174. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai 10. Begitu juga dengan nilai *tolerance* pada variabel Penetapan harga (X1) sebesar 0,851 dan variabel Kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,851. Dari masing-masing variabel nilai

tolerance lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang diindikasikan dari nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu Penetapan harga dan Kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan jamaah. Berikut hasil uji regresi linier berganda menggunakan pengolahan data SPSS:

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	34,033	7,937		4,288	,000
	PENETAPAN_HARGA	,665	,109	,665	2,591	,556
	KUALITAS_PELAYANAN	,544	,125	,539	2,355	,724

a. Dependent Variable: KEPUASAN_JAMAAH

Gambar IV.4

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil tersebut dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda, sehingga diketahui persamaan berikut:

$$Y = 34,033 + 0,665 + 0,544$$

Keterangan:

- 1) Konstanta sebesar **34,033** menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen dengan konstan, maka Kepuasan jamaah Travel umroh dan haji Mahmud Harahap akan meningkat.
- 2) β_1 sebesar 0,665 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila Penetapan harga mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan

Kepuasan jamaah sebesar 0,665 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

- 3) β_2 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa, apabila Kualitas pelayanan mengalami kenaikan, maka akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan jamaah sebesar 0,544 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka disimpulkan bahwa secara individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Adapun ketentuan dalam uji t adalah:

- 3) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel X_1 berpengaruh terhadap variabel Y .
- 4) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya secara parsial variabel X_2 berpengaruh terhadap variabel Y .

Berikut ini adalah hasil dari uji t (parsial) variabel bebas, Penetapan harga (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan jamaah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap (Y).

Tabel IV.15

Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34,033	7,937		4,288	,000
	PENETAPAN_HARGA	,665	,109	,665	2,591	,556
	KUALITAS PELAYANAN	,544	,125	,539	2,355	,724

a. Dependent Variable: KEPUASAN_JAMAAH

Berdasarkan hasil Uji t Variabel bebas Penetapan harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) Terhadap variabel Kepuasan jamaah (Y) yang tertera pada tabel IV.15 di atas, maka diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Diketahui nilai } t \text{ tabel} &= (a/2;n-k1) \\ &= (0,05/2;91-2-1) \\ &= (0,025;88) \\ &= 1,987 \end{aligned}$$

Maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Penetapan harga (X1) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,591 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y). Arah koefisien regresi H_1 positif yaitu $0,665$ yang berarti Penetapan harga (X1) yang tinggi dapat memberikan kenaikan Kepuasan jamaah (Y). Sehingga H_1 diterima, yaitu Penetapan harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y).
- 2) Kualitas pelayanan (X2) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,355 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y). Arah koefisien regresi H_2 positif yaitu $0,544$ yang berarti Kualitas pelayanan (X2) yang tinggi dapat memberikan kenaikan Kepuasan jamaah (Y). Sehingga H_2 diterima, yaitu Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y).

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji pengaruh simultan atau Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat. Uji F dikenal dengan Uji Model/Uji Anova. Uji statistik F pada analisis data penelitian ini menggunakan standar kepercayaan 95%.

Tabel IV.16
Hasil Uji Statistik F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62,534	4	15,634	26,583	,000 ^b
	Residual	76,452	86	888,977		
	Total	138,986	90			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_JAMAAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, PENETAPAN_HARGA

Sumber: SPSS 25.0

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel IV.16 di atas, diperoleh nilai signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau ditunjukkan dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,583 > 3,14$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Penetapan harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan jamaah (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_3 diterima, yaitu bahwa Penetapan harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan jamaah.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Kriteria analisis koefisien determinasi adalah:

- 1) Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.

- 2) Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

Diketahui bahwa hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R) dari variabel bebas, yaitu Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Jamaah (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel IV.17
Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,964 ^a	,929	,927	,975

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, PENETAPAN_HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_JAMAAH

Sumber: SPSS 25

Dari tabel IV.17 di atas, dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,964 atau 96,4%. Hasil nilai R menunjukkan bahwa hubungan Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan jamaah (Y) cukup kuat, hal ini disebabkan nilai koefisiennya berada di atas nilai 0. Hasil *output* tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,929 yang dapat dikatakan pengaruh variabel bebas atau penetapan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) Terhadap kepuasan jamaah (Y) memiliki pengaruh sebesar 92,9%. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan jamaah (Y) Travel umroh dan haji Mahmud Harahap, dipengaruhi oleh peneta[an harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) sebesar 92,9% dan 7,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data

1. Pembahasan

Dari pembahasan di atas terlihat bahwa variabel bebas, yaitu Penetapan harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya, yaitu Kepuasan jamaah (Y). Agar lebih rinci hasil analisis dari pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Penetapan harga (X1) berpengaruh Terhadap Kepuasan jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Penetapan harga (X1) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,591 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y). Arah koefisien regresi H_1 positif yaitu $0,665$, sehingga H_1 diterima. Itu berarti Penetapan harga (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

- b. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh Terhadap Kepuasan Jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Kualitas pelayanan (X2) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,355 > 1,987$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan jamaah (Y). Arah koefisien regresi H_2 positif yaitu $0,544$, sehingga H_2 diterima. Itu berarti Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

- c. Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh Terhadap Kepuasan Jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini, diperoleh nilai signifikansi yaitu $0,000$ yang berarti lebih kecil dari $0,05$ atau ditunjukkan dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,583 > 3,14$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Penetapan harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan jamaah (Y) Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_3 diterima, yaitu bahwa Penetapan harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan jamaah Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

1. Secara parsial diketahui bahwa Penetapan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, dengan nilai diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,591 > 1,987$ dengan nilai signifikansi yaitu $0,020 < 0,05$.
2. Secara parsial diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, dengan nilai diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,355 > 1,997$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Secara simultan diketahui bahwa Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap, dengan nilai diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,583 > 3,14$).

B. Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, penulis akan memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi semua pihak terkhusus pihak Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap. Adapun sarannya adalah sebagai berikut:

1. Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap terus meningkatkan atau mengoptimalkan promosi dan menyebarkan informasi mengenai produk dan jasa dalam persaingan bisnis di era sekarang ini.
2. Penelitian selanjutnya apabila tertarik dengan topik ini agar dapat menggunakan metode atau pengumpulan data yang berbeda pula agar memperkaya kajian Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji pada Travel Umroh dan Haji Mahmud

Harahap, dengan menggantikan atau menambah subjek/variabel yang sesuai dengan kebutuhan Jamaah Umroh dan Haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajak, R. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach - Ajat Rukajat - Google Buku. In CV. Budi Utama.
- Ayuningtyas, G. S. R. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Nyata Grafika Media Surakarta). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Buddy, et.al. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*. 4(2).
- Budianto, A. 2016. Manajemen Pemasaran (Edisi Revisi). Yogyakarta: Ekonisia
- Christono, A. B. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*.
- Endang Sutrisna dan Yusnani. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada PT. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru, *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *JIMB: Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 18(01).
- Hendryadi, S. d. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam edisi 10*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ismi, V.A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah umroh terhadap loyalitas jamaah di PT Multazam wisata Agung Medan. Universitas Pembangunan Panca Budi.

- Juliandi, A., & Manurung, I. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Kasino. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Mitra Tour & Travel Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*. 3(1).
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. Jskarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Agama RI. 2016. Manajemen Penyelenggaraan Ibadah Haji Indonesia. Jakarta: Dirjen Penyelenggaraan Haji Luar Negeri.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maki, M. F., et al. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan haji dan umroh serta penetapan harga terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT Mecca Sukses International). 1(2).
- Martino, D. N. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Angkringan Classic Tepi Kota. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Nasib. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan). *JIMB: Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*. 18(1).
- Nasution, M.N. (2016). Reformasi Birokrasi: Peningkatan mutu pelayanan publik. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Oktavian, R. F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Penelitian Pada BNI Card Center LNC Jakarta). *ALMANA: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Putranto, A, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.

- Priyanto, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Riyanti, N. K. I., et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta*.
- Salamadian. (2017). *Sepuluh Teknik Pengambilan Sampel dan Penjelasannya Lengkap (Sampling)*. Diambil kembali dari <https://salamadian.com>
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen (Revisi)*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Subhan, A., et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Minat Menggunakan Kembali Jasa Dalam Penyelenggaraan Ibadah Umrah Dan Haji Khusus. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Terapan*.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metodologi Penelitian Kkuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Yogyakarta: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen pemasaran analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPF
- Tjiptono (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W., & Metta Padmalia. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. 1(3).

Zainal, V. R. (2017). *Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara.

LAMPIRAN

ANGKET

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH PADA TRAVEL UMROH DAN HAJI MAHMUD HARAHAHAP

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya Indah Sukma Permatasari Harahap mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara program studi Manajemen Bisnis Syariah, mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan dalam angket ini dengan tujuan sebagai data untuk penyusunan skripsi dengan judul: “*Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap*”. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab angket ini dengan sejujurnya dan sebaik-baiknya, saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Isilah identitas responden di bawah ini (jawaban yang Anda berikan akan diperlakukan secara rahasia). Berikan tanda silang (X) pada kotak pertanyaan di bawah ini:

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Umur : 17-30 tahun 31-45 tahun > 45 tahun
3. Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian angket:

Berilah tanda ceklist (√) pada pernyataan di bawah ini yang telah disediakan. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai dengan keadaan sebenarnya. Kriteria dari penilai ini adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju, skor (5)
- S = Setuju, skor (4)
- KS = Kurang Setuju, skor (3)
- TS = Tidak Setuju, skor (2)
- STS = Sangat Tidak Setuju, skor (1)

Variabel Penetapan Harga (X1)

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Keterjangkauan harga	Harga paket tur di Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap cukup terjangkau.					
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa	Kualitas jasa & produk yang ditawarkan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sepadan dengan harga yang dibayarkan.					
3	Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa	Harga paket tur Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.					
4	Daya saing harga	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap menawarkan harga paket tur yang lebih murah dibanding dengan agen tur travel umroh dan haji lainnya.					
5	Daya saing harga	Harga pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap menjadi pertimbangan untuk membeli paket tur dan menggunakan jasa Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.					
6	Kesesuaian harga dengan manfaatnya	Harga paket tur di Travel Umroh dan Haji Mahmud					

		Harahap sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					
7	Kesesuaian harga dengan manfaatnya	Harga yang dibayarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan.					
8	Bonus	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu memberikan bonus (berupa souvenir serta oleh-oleh khas Tanah Suci).					
9	Bonus	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu memberikan diskon atau voucher.					

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Fasilitas yang diberikan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap untuk keberangkatan umroh (koper & tas selempang, baju seragam, buku doa, id cards/tanda pengenal, mukenah) sudah memiliki kualitas yang baik.					
2	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Fasilitas dan peralatan umroh atau haji yang diberikan dalam keadaan lengkap dan kondisi yang baik. .					

3	<i>Reability</i> (andalan)	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memiliki tempat yang layak dan nyaman untuk bimbingan umroh dan haji, serta dapat menanggung jumlah jamaah yang ada.					
4	<i>Reability</i> (andalan)	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap turut menyertakan penuntun (<i>guide</i>) yang sudah berpengalaman.					
5	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memiliki prosedur pendaftaran yang mudah.					
6	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu melayani jamaah dengan sopan.					
7	<i>Assurance</i> (jaminan & kepastian)	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat.					
8	<i>Assurance</i> (jaminan & kepastian)	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu bersedia memberikan informasi terbaru kepada jamaah.					
9	<i>Empathy</i> (perhatian)	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu memberikan perhatian penuh serta mendengarkan setiap keluhan para jamaah.					
10	<i>Empathy</i> (perhatian)	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap					

		tanggap dalam menangani jamaah, terutama jamaah yang sudah lansia.					
--	--	--	--	--	--	--	--

Variabel Kepuasan Jamaah (Y)

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap.

NO	INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Kualitas produk & jasa	Akan menggunakan jasa Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap ini kembali di lain waktu karena kualitas produk dan jasa yang sangat baik.					
2	Kualitas produk & jasa	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memberikan sambutan yang baik ketika jamaah datang.					
3	Emosional	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap memahami kebutuhan spesifik jamaah.					
4	Emosional	Karyawan Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap selalu meninggalkan nomor kontak yang mudah dihubungi oleh jamaah.					
5	Emosional	Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap bersedia menanggung resiko dari					

		kejadian yang tidak terduga.					
6	Harga	Biaya yang sesuai dengan fasilitas yang jamaah dapatkan. (Harga)					
7	Biaya	Harga paket tur yang ditawarkan oleh Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap sesuai dengan pendapatan jamaah.					
8	Biaya	Biaya yang dikeluarkan jamaah sepadan dengan fasilitas, perlengkapan dan pelayanan yang didapatkan.					



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth : Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

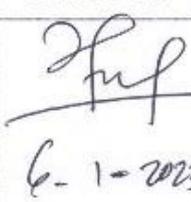
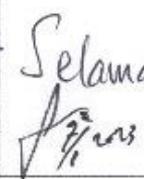
10 Jumadil Akhir 1444 H
03 Januari 2023 M



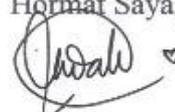
Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Sukma Permatasari Harahap
Npm : 1801280117
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumulatif : 3,28

Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap	 6-1-2023	Selamat 	 7/1/23 
2	Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Camilan Khas Arab di Roemah Kurma	-	-	-
3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Customer dalam Membeli Camilan Khas Arab di Roemah Kurma	-	-	-

NB. Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi.
Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya,


(Indah Sukma Permatasari Harahap)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang disetujui dan tanda silang pada judul yang ditolak.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSI Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sila mentawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Sabtu, 11 Maret 2023** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Indah Sukma Permatasari Harahap
Npm : 1801280117
Semester : X (sepuluh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada Travel Umroh dan Haji Mahmud Harahap

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 11 Maret 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si)

Pembimbing

(Selamat Pohan, MA)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA



UMROH MH

SURAT KETERANGAN

Hal : *Balasan*

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sutan Kali Mahmud Harahap

Jabatan : Pimpinan Travel Umroh & Haji Mahmud Harahap

Menerangkan bahwa,

Nama : Indah Sukma Permatasari Harahap

NPM : 1801280117

Semester : IX (Sembilan)

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Travel Umroh & Haji Mahmud Harahap sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh & Haji Mahmud Harahap”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

08 Januari 2023

Hormat kami,

Pimpinan Perusahaan

PT. Umroh & Haji Mahmud Harahap



(Sutan Kali Mahmud Harahap)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Indah Sukma Permatasari Harahap
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/ 14 Januari 2001
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Nomor Telp/Hp : 082163433787
Email : indahsukmapermatasari@gmail.com
Nama Orang Tua : Sutan Kali Mahmud Harahap (Ayah) & Nur
Kemayani Hasibuan (Ibu)

PENDIDIKAN FORMAL

2006-2012 SD Harapan 2 Medan – Sumatera Utara
2012-2015 SMP Harapan 2 Medan – Sumatera Utara
2015-2018 SMA Negeri 1 Medan – Sumatera Utara
2018-Sekarang Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (S1)