

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
JAMAAH PADA PT. ALMEERAH PLAZA
TOUR & TRAVEL**

SKRIPSI

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

Oleh:

AMY AFDHITA ARDHI

NPM: 1601280028



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PERSEMBAHAN

*Karya Niniak Ini Kupersembahkan Kepada Kedua Orangtuaku Abang Dan Adikku Serta Penulis
Sendiri*

Ayahanda Syamsyul Ardhi

Ibunda Mita Hayati Tanjung

Adik Amanda Faradila Ardhi

Adik Aika Ismiranda Ardhi

Adik Adella Faradiba Ardhi

*Tak Lekang Selalu Memberikan Do'a Kesuksesan
& Keberhasilan Bagi Diriku*

Motto:

*Kunci Sukses Adalah Berusaha, Taat Ber Ibadah dan
Hormati Orang Tua*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amy Afdhita Ardhi
NPM : 1601280028
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel**" merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa hasil skripsi ini hasil dari plagiatisme, maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 2 Oktober 2020



Amy Afdhita Ardhi

1601280028

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
JAMAH PADA PT. ALMEERAH PLAZA TOUR & TRAVEL**

Oleh :

**Amy Afdhita Ardhi
1601280028**

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

Medan, 29 Oktober 2020

Pembimbing



Isra Hayati, S.Pd, M.Si.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2020

Medan, 29 Oktober 2020

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n. Amy afdhita ardhi
Kepada Yth. : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-

Medan

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n. Amy Afdhita Ardhi yang berjudul: "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH PADA PT. ALMEERAH PLAZA TOUR & TRAVEL" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pembimbing



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI



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

NAMA MAHASISWA : Amy Afdhita Ardhi
NPM : 1601280028
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
HARI, TANGGAL : Selasa, 10 November 2020
WAKTU : 08.00 s.d selesai

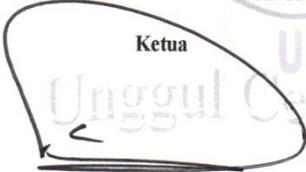
TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Maya Sari, SE, M.Ak
PENGUJI II : Dody Firman, SE, MM

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris


Dr. Muhammad Qorib, MA


Zailani, S.PdI, MA

ABSTRAK

Amy Afdhita Ardhi, 1601280028, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel, Pembimbing Isra Hayati, S.Pd, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan di PT. Almeerah Plaza Tour & Travel berpengaruh pada kepuasan jamaah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jamaah PT. Almeerah Plaza Tour & Travel jumlah 101 orang. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 50 orang pelanggan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jamaah, hal ini didasarkan pada $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $13,058 > 2,010$ nilai signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah(Y). Berdasarkan uji Determinasi Nilai R Square menunjukkan sekitar 78% variabel Kepuasan Jamaah (Y) dipengaruhi Kualitas Pelayanan (X). Sementara sisanya sebesar 22% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah 0,780 atau 78% terhadap Kepuasan Jamaah pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Jamaah dan Travel

ABSTRACT

Amy Afdhita Ardhi, 1601280028, The Effect of Service Quality on Congregation Satisfaction at PT. Almeerah Plaza Tour & Travel, Supervising Isra Hayati, S.Pd, M.Si.

This research was conducted to determine whether the quality of service at PT. Almeerah Plaza Tour & Travel has an effect on congregational satisfaction. The population used in this research is the congregation of PT. Almeerah Plaza Tour & Travel totaling 101 people. While the sample taken as many as 50 customers using the sampling technique used is probability sampling. The analytical method used is quantitative analysis, namely multiple linear regression analysis. This analysis includes: validity and reliability tests, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and f test and determination (R²). The results of this study indicate that based on the research results, it can be concluded that Service Quality has a significant effect on Jamaah Satisfaction, this is based on $T_{count} > T_{table}$ or $13.058 > 2.010$ significant value $0.000 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_a is accepted which means that the Service Quality variable (X) partially has a positive and significant effect on Jamaah Satisfaction (Y). Based on the R Square Value Determination test, it shows that around 78% of the Jamaah Satisfaction variable (Y) is influenced by Service Quality (X). While the remaining 22% is influenced by variables not examined in this study. So the authors draw the conclusion in this study that the variable Service Quality has a positive and significant influence and the magnitude of the influence of service quality on congregational satisfaction is 0.780 or 78% on Jamaah satisfaction at PT. Almeerah Plaza Tour & Travel.

Keywords: Service Quality, Jamaah Satisfaction and Travel

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Pertama tama penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas semua rahmat dan karunia-Nya, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel”**.

Penulisan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sholawat beserata salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa penulis penuh dengan ilmu pengetahuan yang berlimpah kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak kekurangan dalam hal penulisan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima masukan baik saran maupun kritik yang bersifat membangun terselesainya skripsi.

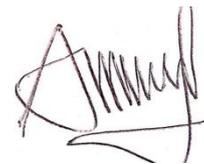
Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung dengan segala keikhlasan dan ke rendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih berkat ridho Allah SWT dan dukungan dari semua pihak, skripsi ini dapat penulis selesaikan. Maka dengan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayahanda Syamsul Ardhi dan Ibunda Mita Hayati Tanjung selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan dan memberikan semangat serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;

3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
4. Bapak 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 Dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
7. Ibu Mita Hayati Tanjung selaku pimpinan PT. Almeerah Plaza Tour & Travel Kota Medan yang telah banyak memberikan informasi yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini;
8. Seluruh keluarga yang telah mensupport Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yaitu adik adik tercinta penulis Amanda Faradila Ardhi, Aika Ismiranda Ardhi dan Adella Faradiba Ardhi serta dukungan orang yang penulis sayang nenek penulis Nurbaiti.
9. Sahabat yang penulis sayangi yaitu : Regita Gusti Ayu, Anggi Anggraini Siregar, Tasya Sintia, Rita Rahayu, Lailan Savira, Ferdy Aisyah Siregar, Muhammad Aliendar Hasibuan, dll yang telah memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Dengan demikian, segala kekurangan yang ada, karya ilmiah ini setidaknya diharapkan dapat memberikan wawasan kepada penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Mudah-mudahan karya ilmiah yang sederhana ini bisa bermanfaat dan menjadi salah satu amal shaleh dalam mencari keridhaan-Nya.

Medan, 29 Oktober 2020

Penulis



AMY AFDHITA ARDHI

NPM: 1601280028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTARTABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	6
A. Deskripsi Teori.....	6
1. Kualitas Pelayanan	6
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	6
b. Indikator Indikator Kualitas Pelayanan.....	8
c. Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan.....	9
d. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan.....	10
2. Kepuasan Jamaah	10
a. Pengertian Kepuasan jamaah	10
b. Faktor Yang Menentukan Kepuasan Jamaah.....	12
c. Indikator Kepuasan Jamaah	13
d. Pengukuran Tingkat Kepuasan Jamaah	14
B. Kerangka Berfikir.....	16
C. Hipotesis.....	20

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	21
	A. Metode Penelitian.....	21
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
	C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	24
	D. Variabel Penelitian	25
	E. Defenisi Operational Variabel.....	26
	F. TeknikPengumpulan Data.....	27
	G. Instrumen Penelitian.....	29
	H. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
	A. Deskripsi Institusi.....	36
	1. Sejarah Perusahaan	36
	2. Visi dan Misi Perusahaan	37
	a. Visi	37
	b. Misi	37
	3. Logo Perusahaan	38
	B. Deskripsi Karakteristik Responden	39
	1. Jenis Kelamin	39
	2. Usia.....	40
	3. Pendidikan	40
	4. Pekerjaan	41
	C. Penyajian Data.....	41
	D. Analisis Data	43
	1. Uji Kualitas Data	43
	a. Uji Validitas	44
	b. Uji Reliabilitas	44
	2. Uji Asumsi Klasik	45
	a. Uji Normalitas.....	45
	b. Uji Korelasi.....	46
	c. Uji Heterokedastisitas	47
	3. Analisis Regresi Linear Berganda	47
	4. Uji Hipotesis	48

a. Uji t Hitung (Parsial).....	48
b. Uji F Hitung (Simultan).....	48
5. Koefisien Determinasi	49
E. Interpretasi Hasil Analisis Data.....	50
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan	16
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian	23
Tabel 3.2	Ukuran Alternatif Jawaban Kuisisioner.....	29
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Angket	30
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5	Presentase Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4.6	Presentase Jawaban Responden Kepuasan Jamaah	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Jamaah.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Korelasi.....	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji T Hitung	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 3.1	Hubungan Antar Variabel	22
Gambar 4.1	Logo Perusahaan	38
Gambar 4.2	Grafik P-P Plot	45
Gambar 4.3	Hasil Uji heterokedastisitas	46

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki mayoritas penduduk beragama muslim. Banyak dari mereka yang ingin menunaikan rukun islam ke 5 yaitu Haji bagi yang mampu, akan tetapi negara Indonesia mulai membatasi untuk berhaji sehingga seluruh umat muslim harus menunggu proses yang lama atau *waiting list* keberangkatan haji sehingga membuat beberapa masyarakat muslim tidak berminat dikarenakan waktu yang lama tersebut. Oleh karena itu, ada alternatif lain untuk membuat jamaah tetap bisa menuju Makkah dan Madinah yaitu dengan melaksanakan ibadah umroh. Ibadah umroh merupakan serangkaian ibadah yang dilakukan setiap saat kapan saja. Pelaksanaan ibadah umroh menurut peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh dalam Bab I ketentuan umum pasal 1 point 2, disebutkan bahwa:

“Penyelenggaraan Ibadah Umroh adalah rangkaian kegiatan perjalanan ibadah umroh yang meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan jamaah umroh, yang dilaksanakan oleh pemerintah dan/ atau penyelenggara Ibadah umroh”.¹

Pada saat ini dunia bisnis menjadi sorotan masyarakat karena perkembangan zaman semakin pesat dengan segala kecanggihannya yang membuat para pembisnis berlomba-lomba menjadi yang paling unggul salah satunya bisnis travel haji umroh atau biro perjalanan wisata. Kesempatan ini dapat dimanfaatkan para pembisnis travel umroh karena maraknya peminat yang ingin berangkat ibadah umroh, sehingga para pengusaha travel bersaing secara sehat untuk mendapatkan perhatian para jamaah untuk memilih travel mereka dan mendaftarkan diri sebagai calon jamaah umroh.

¹Abdur Rahman Al-Huzaifi, *“Strategi Pembinaan Jamaah Umroh Milad dalam Meningkatkan Pemasaran Haji Khusus pada PT Tauba Zakka Atkia (Tour and Travel) Jakarta”*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah, 2017), h. 1.

Bila melihat realita sekarang, banyak penyimpangan-penyimpangan yang seharusnya tidak layak diterapkan oleh manajemen biro perjalanan haji dan umroh seperti halnya para jama'ah yang tidak jadi berangkat,² di tengah maraknya kasus penipuan umroh membuat para penyelenggara travel umroh menjadi sedikit *down* bagi mereka yang berbisnis secara sehat, isu tersebut sangat mempengaruhi masyarakat sehingga menjadi was was mendaftarkan diri untuk beribadah karna takut tidak berangkat atau hal lain nya. Peran travel sehat disini sangat diperlukan, dalam arti tetap menjaga kualitas pelayanannya dan membangun kembali kepercayaan jamaah umroh agar tidak ada lagi keragu raguan mendaftar di travel yang jelas dalam semua konteks.

PT.Almeerah Plaza Tour&Travel adalah biro perjalanan wisata, Haji, Umroh dengan domisili kantor pusat di kota Medan. Travel ini sudah lama berdiri dan sudah mempunyai izin resmi Kemenag RI 19/2018, selain itu Direktur Utama travel ini juga sebagai Ketua di Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji & Umroh Republik Indonesia (AMPHURI sumbagut). Konsep utama travel ini adalah kepuasan pelanggan dengan cara terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah.

Travel ini juga memberikan fasilitas yang sangat berbeda dari travel lain, salah satunya adalah memberikan pelatihan manasik umroh secara berulang ulang agar ketika jamaah berada di tanah suci tidak lagi merasa bingung dan mempunyai bekal ilmu dari bimbingan manasik umroh yang telah diberikan. Apalagi manasik ini tidak dipungut biaya apapun, mendapatkan snack secara gratis, juga terbuka untuk umum. Tidak kalah penting nya lagi dengan mendatangkan pembimbing serta muthawif berpengalaman dalam memaparkan konsep manasik umroh sunnah. Disini travel juga selalu membekali nasihat yang membangun rasa kekeluargaan terhadap sesama jamaah umroh sehingga timbul lah saling peduli dan tolong menolong satu sama lain yang tidak mereka dapatkan pada travel lain.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal penulis dengan pimpinan PT. Almeerah Plaza Tour & Travel memperoleh informasi bahwa PT. Almeerah Plaza Tour & Travel sudah menerapkan Kualitas Pelayanan yang baik di setiap rangkaian perjalanan ibadah umroh sesuai dengan standarisasi yang ada tetapi

²<https://umroh.travel/jamaah-umroh-gagal-berangkat/>. Diakses 18/03/2020.

masih terdapat jamaah yang merasa tidak puas terhadap pelayanan PT. Almeerah Plaza Tour & Travel. Ketidakpuasan jamaah ini disebabkan salah satunya adanya kesalahpahaman SDM kantor dengan pihak travel di negara Saudi Arabia terhadap kebijakan baru pelaksanaan ibadah haji dan umroh di negara tersebut, terdapat jamaah yang tidak mengikuti prosedur pelaksanaan kegiatan umroh sehingga terdapat gangguan kelancaran perjalanan ibadah Umroh.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN JAMAAH UMROH PADA PT. ALMEERAH PLAZA TOUR & TRAVEL”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka ada beberapa permasalahan teridentifikasi dan akan menjadi pembahasan peneliti kedepannya yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel adalah :

1. Travel kurang maksimal dalam mengadakan jaminan untuk pelayanan seperti pelatihan peningkatan keahlian SDM dalam melayani jamaah umroh.
2. Adanya kelalaian mitra yang terdapat di negara Arab Saudia seperti kurangnya kehandalan dalam melayani jamaah umroh.
3. Terdapat jamaah yang tidak mengikuti prosedur pelaksanaan kegiatan umroh sehingga terdapat gangguan kelancaran perjalanan.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ada di dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Kualitas Pelayanan* berpengaruh terhadap *Kepuasan* jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel?
2. Berapakah besarnya pengaruh *Kualitas Pelayanan* terhadap *Kepuasan* jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour &Travel?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Kualitas Pelayanan* berpengaruh terhadap *Kepuasan* jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Kualitas Pelayanan* terhadap *Kepuasan* jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour &Travel.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dari hasil ini dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep dan kajian yang lebih mendalam tentang *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh*. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber ilmu untuk menambah wawasan dan juga bahan pertimbangan serta referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi biro umroh agar lebih mengoptimalkan penyelenggaraan ibadah umroh baik dari prosedural maupun pengawasan.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan jamaah agar mereka tahu hak yang harus mereka dapatkan dan kewajiban yang harus mereka jalankan.

c. Bagi Akademis

Kegunaan akademis yang diharapkan adalah hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi kalangan akademis yang melakukan

penelitian atau pengembangan teori dalam perkuliahan terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh.

F. Sistematika Penulisan

Pada bab I: Pendahuluan dalam bab ini peneliti memaparkan secara global mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada bab II: Landasan Teoritis. Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan serta penelitian terdahulu yang relevan. Selanjutnya yaitu kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Pada bab III: Metodologi Penelitian. Diantara unsur metodologi penelitiannya yaitu penjelasan mengenai metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operational variabel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisikan deskripsi institusi, deskripsi karakteristik responden, penyajian data, analisis data.

Bab V : Penutup. Bab ini berisikan kesimpulan, saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. DESKRIPSI TEORI

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikan secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan jamaah, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.³ Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴ Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai karakteristik yang dicapai karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.⁵

Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat diartikan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.⁶ Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan bertujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Pelayanan memiliki pengertian yaitu terdapatnya dua unsur atau kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan

³Anastasia Diana & Fandy Tjiptono, *"Total Quality Manajemen"*, (Yogyakarta: Andi Offset, Ed.Revisi, 2000), h. 2.

⁴Zulian Yamit, *"Manajemen kualitas produk dan jasa "*,(Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h. 8.

⁵Rambat Lupiyadi dan Hamdani, *"Manajemen Pemasaran Jasa ed.2"*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2006), h. 176.

⁶Ahmad Muzakki, *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, lokasi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus Pencucian Mobil Levi Auto Semarang)"*, Skripsi (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 18-19.

dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda.⁷

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk tumbuh keras.⁸

Dapat ditarik kesimpulan dari berbagai para ahli bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara atau tindakan dari produsen membuat hati konsumen senang, sehingga konsumen ingin kembali untuk menggunakan jasa produsen, atau membeli kembali produk produsen.⁹

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir dirumuskan sebagai berikut:¹⁰

- a. Tersedianya karyawan yang memenuhi standar mutu.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang memenuhi standar mutu
- c. Bertanggung jawab kepada setiap jamaah/pengunjung sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu berkomunikasi dengan baik.
- e. Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memenuhi kriteria sesuai dengan jabatannya.
- g. Berusaha memahami kebutuhan jamaah/pengunjung.
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah/pengunjung.

Pada prinsipnya konsep pelayanan memiliki berbagai macam definisi yang berbeda menurut penjelasan para ahli, namun pada intinya tetap merujuk pada

⁷Irawan, Handi, *"10 Prinsip Kepuasan Pelanggan"*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2012), h. 124.

⁸J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineke Cipta, 2006), 234.

⁹Irawan, Handi, *"10 Prinsip Kepuasan Pelanggan"*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2012), h. 124.

¹⁰Kasmir, *"Etika Customer Service"*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 223-225

konsep dasar yang sama. Menurut Sutedja pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.¹¹ Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing.

b. Indikator indikator Kualitas Pelayanan sebagai berikut:¹²

1. Bukti langsung (*Tangible*)

Menurut Zeithaml, sebagaimana dikutip oleh Sirhan Fikri dkk *Tangible* adalah kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil. Menurut Kotler, "*Tangible* yaitu menunjuk pada fasilitas fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Zeithaml, "*Reliability* adalah kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih. Kotler, "*Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat waktu".

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Menurut Zeithaml, "*Responsiveness* adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen". Kotler, "*Responsiveness* yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat".

4. Jaminan (*Assurance*)

Menurut Kotler, "*Assurance* yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Rangkuti, "*Assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan

¹¹Antonio, Muhammad Syafii, "*Economy Off Hajj Neglected Fortune: Dinamika Perspektif Hajj Di Indonesia*", (Jakarta: Direktorat Penyelenggara Haji dan Umroh, 2008), h. 25.

¹²Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani & Agung Suwandaru, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*", Jurnal, (Malang: Universitas Merdeka Malang, 2016), h. 121.

kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan”.

5. Empati (*Empathy*)

Menurut Kotler, Empati yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan. “Empati yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

c. Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.¹³

Tujuan kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan jamaah atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada jamaah. Manfaatnya bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada jamaah sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan.

Dapat ditarik kesimpulan dari berbagai para ahli bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara atau tindakan dari produsen membuat hati konsumen senang, sehingga konsumen ingin kembali untuk menggunakan jasa produsen, atau membeli kembali produk produsen.¹⁴

Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Total Quality Manajemen (TQM)* mengatakan bahwa apabila kepuasan jamaah tercapai akan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan. Manfaat-manfaat yang didapat adalah:

- a. Hubungan antara perusahaan dan para jamaahnya menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian/penggunaan jasa ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas jamaah.

¹³Muhammad In'amul Chulaifi, Endang Setyowati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya”, dalam Jurnal Lppm Untag Surabaya, vol. III, h. 42.

¹⁴*Ibid.*

- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata jamaah.
- f. Laba yang diperoleh meningkat.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Lovelock dan Wright menyatakan bahwa terdapat tujuh faktor yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan, adalah:¹⁵

- 1) Kesenjangan pengetahuan. Perbedaan antara keyakinan penyedia jasa tentang harapan konsumen, kebutuhan dan harapan konsumen sebenarnya.
- 2) Kesenjangan ukuran. Perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan ukuran kualitas dalam penyampaian jasa.
- 3) Kesenjangan penyampaian. Perbedaan antara spesifikasi ukuran penyampaian dan kinerja actual penyedia jasa.
- 4) Kesenjangan komunikasi internal. Perbedaan antara iklan yang ditawarkan tentang kinerja yang sudah dilaksanakan.
- 5) Kesenjangan persepsi. Perbedaan antara proses penyampaian dan persepsi yang akan konsumen terima dari sebuah pelayanan jasa.
- 6) Kesenjangan interpretasi. Perbedaan antara informasi yang akan diberikan oleh penyedia jasa dengan informasi yang diterima oleh konsumen.
- 7) Kesenjangan pelayanan. Perbedaan antara apa yang menjadi harapan akan dirasakan konsumen dan persepsi tentang pelayanan yang diterima.

2. Kepuasan Jamaah

a. Pengertian Kepuasan Jamaah

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin tajam, maka setiap perusahaan harus berusaha untuk memuaskan jamaah. Jamaah yang tidak

¹⁵Lovelock, Wright, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Jakarta: PT.Indeks, 2005), h. 97-98.

puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi jamaah perusahaan lain yang dapat memberikan kepuasan yang lebih baik. Tentunya lembaga penyelenggara ibadah umrah (*travel*) sebagai salah satu lembaga di bidang jasa memiliki misi tersendiri seperti layaknya perusahaan jasa lainnya. Selain itu juga *travel* harus memberikan perhatian pada kepuasan jamaahnya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁶ Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari kegiatan dalam perusahaan untuk memaksimalkan pendapatan. Karena pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (atau perusahaan kita) untuk memenuhi suatu standart kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada perfomansi (*perfomance*) kita (atau perusahaan kita).¹⁷ Harapan jamaah merupakan perkiraan atau keyakinan jamaah terhadap yang akan diterimanya setelah ia memakai suatu barang atau layanan. Sedangkan kinerja yang disampaikan adalah persepsi jamaah terhadap yang diterimanya setelah ia memakai suatu barang atau layanan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Menurut ismail dan haron, 2006 kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggung jawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.¹⁸

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*Perceived Performance*) dan harapan (*Expectation*). Jika kinerja dibawah harapan maka jamaahakan tidak puas, kalau kinerja sesuai harapan

¹⁶Philip Kotler, “*Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli”, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), Jilid ke-1, h.36

¹⁷Aulia Hayu Nityasari, Sutopo, “*Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Jamaah Umroh 2010-2012 (Studi Kasus Pada PT. Fatimah Zahra Semarang)*” jurnal, (Ekonomika dan Bisnis Universitas), (Diponegoro, 2013) vol. 2. H. 3.

¹⁸Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” jurnal Manajemen Unud, vol. 2. H. 2319.

maka jamaah puas. Apabila kinerja melampaui harapan maka jamaah akan sangat puas, senang atau bahagia.

b. Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Jamaah

Faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen atau jamaah Menurut Handi Irawan ada lima faktor, yaitu:¹⁹

1. Harga

Untuk konsumen atau jamaah yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *Value For Money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Untuk *industry ritel*, komponen harga ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relatif besar.

2. Kualitas Pelayanan

Jamaah merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang populer adalah *Serqual* yang dikembangkan oleh *Parasuraman, Berri* dan *Zeithaml*.²⁰ Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yaitu *Realibility, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*.

3. Faktor Emosional

Jamaah yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadapnya bila menggunakan produk *merk* tertentu, cenderung memiliki kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi rasa bangga, rasa percaya diri yang menjadikan jamaah puas terhadap merk tertentu.

4. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa jamaah akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam

¹⁹Handi. Irawan, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo,2002), h.37

²⁰*Ibid.* h.57

mendapatkan produk atau layanan. Hal ini disebabkan jamaah tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

5. Nilai, didalam ilmu ekonomi terdapat 2 pengertian mengenai nilai guna suatu barang, yaitu :
 - a) Nilai Guna Total yaitu, jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi suatu barang tertentu.
 - b) Nilai Guna Marginal yaitu, pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan penggunaan satu unit barang (jasa) tertentu.²¹

c. Indikator Kepuasan Jamaah

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono indikator kepuasan pelanggan adalah :²²

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat Berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

²¹Sadono Sukirno, "*Ekonomi Mikro, Teori Pengantar*", (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2005) Edisi ke-3, h.154

²²Fandy Tjiptono, "*Manajemen jasa/oleh Fandy Tjiptono*", (Yogyakarta: Andi, 2004), h.101.

- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesiapan Merekomendasi

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

d. Pengukuran Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh

Pada dasarnya, ada 2 tahapan harapan jamaah, yaitu :

- 1) *Desired Expectation*, yaitu harapan yang mencerminkan apa yang harus dilakukan perusahaan atau produk kepada jamaahnya. Ini merupakan kombinasi dari apa yang perusahaan dapat lakukan dan harus dilakukan kepada jamaah.
- 2) *Adequate Expectation*, merupakan tahapan harapan yang lebih rendah. Yaitu tingkat kinerja pelayanan yang diharapkan jamaahakan diterimanya yang merupakan gabungan dari kepercayaan jamaah mengenai apa yang harus diterimanya.²³

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Perusahaan-perusahaan dapat menggunakan metode-metode ini untuk mengukur tingkat kepuasan para jamaah :

- 1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berwawasan akan memudahkan jamaahnya memberikan saran dan keluhan. Dalam hal ini perusahaan dapat menyediakan kotak saran untuk para jamaahnya memberikan kartu

²³Freddy Rangkuti, "Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship Strategy", (Jakarta:Gramedia, 2006),h.5dan 37.

komentar dan mempekerjakan staff untuk menangani keluhan dari para jamaah. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran dilokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon bebas pulsa, website, dan lain-lain. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan memungkinkan perusahaan untuk dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau untuk berpura-pura sebagai pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan.²⁷ Berdasarkan pengalaman tersebut, mereka diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

4) *Survey* kepuasan pelanggan melalui *survey*

perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.²⁴

Adapun ciri-ciri pelanggan yang merasa puas: 1) Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama. 2) Adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi dari calon konsumen lain dan perusahaan. 3) Ketika konsumen ingin membeli

²⁴Dinda Suryani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jama'ah Sebagai Pengguna Jasa Travel Haji dan Umroh PT. Joe Pentha Wisata Pekanbaru*, Tesis. Pekanbaru, Riau: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2017. H. 26-27.

produk lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Penelitian terdahulu yang relevan dapat disajikan sebagai dasar pertimbangan bagi peneliti. Begitu pula halnya dengan penelitian ini, terdapat berbagai penelitian terdahulu dengan topik mengenai kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah. Beberapa penelitian yang sejenis antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

No	Nama Penulis	Nama dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Eka Kesuma, Amri dan M. Shabri	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada sultan hotel banda aceh	Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 64,5 persen dan sisanya 35,5 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini. ²⁵
2	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang bandung	Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan	kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai

²⁵Eka Kesuma, Amri & M. Shabri, "Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sultan Hotel Banda Aceh", Jurnal, (Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, 2015), 176.

				(nilai p) 0.003 < 0.05. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah 0.021 < 0.05. ²⁶
3	Fadhil Magistra	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen E-commerce B2C di jaksel	Kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen. Sementara itu, kepuasan memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan dan kepuasan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan

²⁶Januar Effendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati, "Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE cabang Bandung", Jurnal, (Bandung: Universitas Telkom, 2016), 265.

				terhadap loyalitas konsumen. ²⁷
4	Reza Dimas Sigit	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa lapangan futsal (studi kasus pada IFI futsal bandung	Kualitas pelayanan, kepuasan	bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan persentase pengaruhnya 5,9%, sedangkan sisanya sebesar 94,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas pelayanan yang tidak diletili dalam penelitian ini seperti brand image, harga, lokasi dan faktor lainnya. ²⁸
5	Daniati	Analisis tingkat harapan dan kepuasan jamaah haji terhadap pelayanan PT. Hikmah Perdana	Tingkat harapan, kepuasan jamaah, pelayanan	

²⁷Teuku Fadhil Magistra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce B2C Di Jakarta Selatan", Jurnal Bakrie Vol.3, No.03 (2015)

²⁸Reza Dimas Sigit, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna jasa lapangan futsal (Studi Kasus pada IFI Bandung)", Jurnal (Bandung: Universitas Telkom Bandung, 2014).

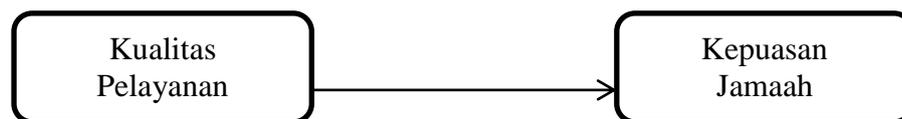
		Tour Jakarta		
--	--	--------------	--	--

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT.Almeerah Plaza Tour & Travel. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah: tempat pelaksanaan penelitian PT.Almeerah Plaza Tour & Travel belum pernah dilaksanakan penelitian berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan jemaah.

B. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²⁹ Dalam penelitian ini penulis mempelajari dengan adanya Kualitas Pelayanan dalam mempertahankan pelanggan berpengaruh penting terhadap Kepuasan Jamaah.

Deskripsi Kerangka Berfikir yang akan peneliti teliti adalah Kepuasan Jamaah yaitu hal yang utama, jika Kualitas Pelayanan baik maka timbul lah rasa kepuasan tersebut karna customer merasa sesuai dengan yang diharapkan nya. Maka kunci dari segala nya adalah Kualitas pelayanan yang baik dan maksimal dari perusahaan jasa tersebut.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

²⁹Sugiono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D”*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 60.

C. HIPOTESIS

Hipotesis adalah suatu teori yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya masih perlu diuji.³⁰

Dalam mendeskripsikan hal tersebut akan dilakukan uji beda terhadap variabel kepuasan responden dengan menggunakan uji paired T_{-test}, dengan hipotesis:

-Ha : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 110.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yang kuantitatif asosiatif yang menguraikan hubungan antara dua variabel atau lebih. Pengertian asosiatif menurut Sugiyono, Penelitian asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih.³¹ Maka untuk mendeskripsikannya digunakan beberapa rumus statistik, sehingga penelitian ini dikenal dengan penelitian kuantitatif. Hubungan yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh. Pendekatan asosiatif ini digunakan peneliti untuk mengetahui dan menguji ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel.

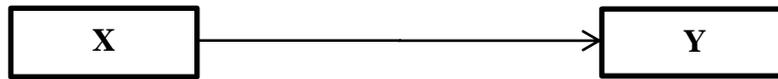
Desain penelitian merupakan kerangka kerja dan dasar penelitian atau pemecahan masalah penelitian yang tercermin dalam variabel penelitiannya. Dalam pelaksanaan suatu penelitian tujuannya yaitu ingin mencapai hasil yang diharapkan, oleh karena itu perlunya suatu rencana penelitian yang sistematis dalam bentuk rancangan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel bebas (*independen*) yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), dan variabel terikat (*dependen*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independen*).³²

Dalam penelitian ini, variabel *independen* (bebas) adalah kualitas pelayanan, dan variabel *dependen* (terikat) adalah kepuasan jamaah umroh. Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah dan menganalisis data, maka variabel *independen* menggunakan simbol X kualitas pelayanan. Sedangkan variabel *dependen* menggunakan simbol Y kepuasan.

³¹*Op.cit.*, h. 55

³²*Ibid.*h.39.

Masing-masing variabel tersebut terdapat hubungan antar variabel yang dapat digambarkan pada bagan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Hubungan Antar Variabel

Keterangan:

Variabel X : Kualitas Pelayanan

Variabel Y : Kepuasan Jamaah

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Adapun tempat penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini berlokasi di PT. Almeerah Plaza Tour & Travel di jalan Sutrisno No. 160/186 Medan, Sumatera Utara.

Alasan peneliti memilih tempat penelitian ini berdasarkan hasil observasi peneliti di kota medan. Travel ini memiliki keunggulan tersendiri dalam berbagai aspek tetapi ada beberapa jamaah umroh yang masih mengeluh akan perjalanan ibadah umroh yang telah dijalani nya sehingga peneliti tertarik untuk mengambil tempat penelitian di travel ini.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2020 sampai dengan bulan Juli 2020 dengan rincian sebagai berikut :

C. Populasi, Sampel Dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³Populasi juga suatu kumpulan menyeluruh dari obyek yang merupakan perhatian peneliti. Objek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda, system dan prosedur, fenomena dan lain-lain.³⁴Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.³⁵Populasi dalam penelitian ini adalah jamaah umroh PT.Almeerah Plaza Tour & Travel sebanyak 101 orang jamaah dimulai dari bulan Januari-Februari 2020

2. Sampel

Sampel adalah contoh yang dianggap mewakili populasi, atau cermin dari keseluruhan objek yang diteliti.³⁶Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.³⁷

Dalam proses pengumpulan data akan menggunakan metode sampling. Pengumpulan data dengan metode sampel dimaksudkan untuk menghemat biaya, tenaga, dan waktu, karena dengan metode ini penelitian hanya dilakukan terhadap sebagian dari populasi yang ada.

Diketahui populasi jamaah umroh pada bulan Januari-Februari 2020 sejumlah 101 jamaah. Dari populasi tersebut peneliti mengambil sampel dengan rumus slovin yaitu :

$$n = N (1 + Ne^2)$$

Keterangan : **n** = Ukuran sampel

³³*Ibid.* h. 117.

³⁴Ranny Kountour, "Metode Penelitian", (Jakarta:PPM, 2003), h.137.

³⁵Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta:Rineka Cipta, 2006), cet.13, h.130.

³⁶Mahmud, "Metode Penelitian Pendidikan", (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 155.

³⁷*Op.cit.*,h.118.

N = Ukuran populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Berdasarkan rumus slovin diatas maka dapat ditarik sampel dari 101 populasi yaitu :

$$n = N (1 + Ne^2)$$

$$n = 101 / (1 + 101.(10\%.^2)$$

$$n = 101 / (1 + 101.(0,01)$$

$$n = 101 / (1 + 1,01)$$

$$n = 101 / 2,01$$

$$n = 50,2 \text{ (digenapkan menjadi 50 jamaah umroh)}$$

Jadi sampel dalam sebuah penelitian dari populasi jamaah dibulan Januari-Februari 2020 sebanyak 101 jamaah umroh dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 50 jamaah umroh.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, yaitu tidak mencakup seluruh objek penelitian (populasi) akan tetapi sebagian saja dari populasi.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penulis menggunakan metode *NonProbabilitySampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono pengertian *NonProbability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive Sampling* adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.³⁸

D. Variabel Penelitian

Sugiyono menjelaskan mengenai pengertian dari variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

³⁸*Ibid.h.* 218.

kesimpulannya.³⁹

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu peneliti akan melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :⁴⁰

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah Kualitas Pelayanan (Variabel X)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang akan menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Kepuasan Jamaah Umroh (Y).

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan praktis atas masing-masing variabel yang diteliti, yang menggambarkan indikator-indikator yang bisa dioperasikan dalam bentuk instrumen-instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur gejala atau fenomena yang diteliti.⁴¹

Operasionalisasi variabel diperlukan diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator dan ukuran yang diarahkan

³⁹*Ibid.* h. 59.

⁴⁰*Ibid.* h. 30.

⁴¹Tim Penyusun Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, "*Buku Panduan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo*", (Semarang: 2016), h. 24.

untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

Definisi Operasional dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan terhadap konsumen sehingga mampu menyeimbangkan dengan ekspektasi konsumen. Dari definisi di atas kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memberikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik.
- b. Kepuasan Jamaah adalah suatu bentuk ekspresi baik terhadap apa yang telah di dapatkan sesuai dengan yang konsumen harapkan sehingga timbul rasa puas sehingga timbul rasa loyalitas terhadap perusahaan sebagai ungkapan terimakasih.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui :

a. Pengamatan (*Observation*)

Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data sekunder seperti catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan sebagainya. Alat pengumpulan data ini digunakan untuk mendukung kredibilitas data yang diperoleh dari observasi dan

wawancara. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dokumen publik terkait kegiatan pelayanan yang diberikan oleh PT.Almeerah Plaza Tour & Travel, data statistik atau tulisan-tulisan yang dipublikasikan, dan data lainnya.

c. Angket

Teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan dalam instrumen penelitian ini bersifat tertutup yaitu pernyataan yang jawabannya sudah ada sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia. Angket ini diberikan kepada jamaah Umroh PT.Almeerah Plaza Tour & Travel. Angket ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh pada PT.Almeerah Plaza Tour & Travel. Adapun alasan penulis menggunakan angket tertutup adalah :

- 1) Angket tertutup memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban.
- 2) Angket tertutup lebih praktis.
- 3) Keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tentu.⁴² Dengan skala liket, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁴³ Dalam penelitian ini jawaban setiap item instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai

⁴²Sofian Sireger, "*Metode Penelitian kuantitatif*", (Jakarta: Kencana, 2017), h. 25.

⁴³Danang Sunyoto, "*Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*", (Yogyakarta: CAPS, 2011), h. 93.

sangat negatif yang diberi skor. Setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu jawaban. Dalam penelitian ini jawaban setiap item instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Alasan pemilihan skor di atas yang menyatakan bahwa, saran alternatif dari pilihan jawaban pada skala likert adalah empat saja. Dikarenakan, skala likert dengan lima alternatif jawaban memiliki kelemahan. Yaitu responden cenderung memilih alternatif yang ada ditengah karena dirasa aman dan paling gampang karena hampir tidak berpikir.⁴⁴

G. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data merupakan tahapan yang amat penting dalam suatu penelitian, karena data-data yang dikumpulkan tersebut digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk menggunakan metode pengumpulan data yang telah ditentukan (observasi, angket dan dokumentasi) dibutuhkan alat yang dipakai untuk mengumpulkan data, alat itulah yang disebut sebagai instrument.

⁴⁴Suharsimi Arikunto, "*prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*", (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 284.

Dapat dipahami bahwa instrument merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrument penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan.

Instrumen Penelitian dalam penelitian ini menggunakan tabel kisi – kisi angket dibawah ini:

Tabel 3. 3
Kisi – kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Item Angket
Kualitas Pelayanan (Variabel X)	1. <i>Reliability</i> (kehandalan)	1, 2, 3
	2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	4, 5
	3. <i>Assurance</i> (jaminan)	6,7,8
	4. <i>Emphaty</i> (empati)	9
	5. <i>Tangibles</i> (bukti langsung)	10
Kepuasan Jamaah (Variable Y)	1. Kesesuaian Harapan	11,12,13,14,15
	2. Minat Berkunjung Kembali	16
	3. Kediaan Merekomendasi	17,18,19,20

A. Teknik Analisis Data

Analisa data dilakukan dengan cara yaitu analisis Kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data antara lain: Uji Kualitas Data yang dilakukan dengan cara validitas dan releabilitas, uji normalitas data, uji regresi sederhana, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji determinan.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.⁴⁵ Uji validitas item atau butirakan digunakan Uji Korelasi *Person Product Moment*.

Dalam uji ini, setiap item akan diuji realisasinya dengan skor total variabel tersebut. Rumus yang digunakan untuk uji validitas berdasarkan Rumus Koefisien *Product Moment*, yaitu:

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan

- r : koefisien korelasi *Product Moment*
- X : nilai dari item (pernyataan)
- Y : nilai dari total item
- N : banyaknya responden atau sample penelitian.⁴⁶

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data maka akan dibandingkan nilai r hitung (*Corrected Item Total Corelation*) dengan nilai r tabel. Kriteria penilaian uji validitas, adalah :

- a) Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item angket tersebut valid.
- b) Apabila r hitung < r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item angket tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok

⁴⁵Azuar juliandi, Irfan dan Safrinal manurung, *Metode Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU PRESS, 2015), hal. 76.

⁴⁶*Ibid*, h.77.

subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.⁴⁷ Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas angket adalah dengan menggunakan rumus Koefisien *Cronbach Alpha* yaitu.⁴⁸

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$$

Dimana:

α : koefisien *Cronbach Alpha*

k : jumlah item valid

r : rata-rata korelasi antara item

1 : konstanta

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan pada penelitian ini menggunakan rumus Koefisien *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* pada penelitian ini akan digunakan nilai 0,6 dengan asumsi bahwa daftar pernyataan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.⁴⁹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal atau mendekati normal.⁵⁰ Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

⁴⁷*Ibid*, h.80.

⁴⁸Saifuddin azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 35.

⁴⁹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi kedua*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hal. 140.

⁵⁰*Ibid*, h.153.

- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan agar mengetahui adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan dalam sebuah model regresi. Bentuk pengujian yang digunakan dengan metode informal atau metode grafik scatterplot. Dasar analisis:

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan pada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W).

- a) Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b) Jika nilai D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c) Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

d. Uji Regresi sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami

kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah positif atau negative.

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Kinerja Karyawan

X = Variabel *Burnout*

A = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan artinya berarti atau berpengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial t hitung (Uji t)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yakni yaitu untuk menguji apakah variabel (X) terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah data pengamatan

Dengan taraf signifikan 5% uji dua pihak dan derajat kebebasan (dk) = n-2

Keterangan:

- a) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.

- b) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada hubungan signifikan antara variabel x dan y.

b. Uji Determinasi

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data yang sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat diterangkan dengan variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$), artinya variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara 0 dan 1.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah Perusahaan

PT. Almeerah Plaza Tour & Travel merupakan penyelenggara haji/umroh dan *tour domestic/international* serta *ticketing*. *Travel* ini berdiri pada bulan desember 2014 , ibu Mita Hayati Tanjung adalah selaku direktur utama dari PT. Almeerah Plaza Tour & Travel sekaligus sebagai pemilik tunggal *travel* tersebut. Awal berdiri *travel* ini ternyata hanya sebagai penyelenggara haji/umroh saja, namun seiring berjalannya waktu *tour domestic/international* dan *ticketing* pun mulai di jalankan karena banyaknya permintaan *customer* seputar itu.

Saat ini *travel* semakin dikenal banyak orang dan instansi serta pejabat pejabat dikota medan maupun luar kota, berkat ikhtiar marketing produk unggul mereka ke masyarakat sehingga dengan mudah melebarkan sayap kemana saja. *Travel* ini juga banyak bekerja sama dengan instansi instansi terkenal di kota medan, masyarakat semakin lama semakin pintar untuk memilah *travel* yang baik dalam artian aman untuk melakukan perjalanan ibadah maupun *tour* yang akan di jalankan, apalagi PT. Almeerah Plaza tour & Travel juga sudah memiliki izin sendiri yaitu PPIU 19/2018.

Selain izin yang lengkap konsep yang di terapkan pada perjalanan umroh khususnya adalah Sunnah, inilah salah satu perbedaan terhadap *travel* lain sehingga jamaah tertarik untuk mendaftarkan diri. Manasik yang rutin juga menjadi nilai *plus* bagi para jamaah, sehingga ilmu yang mereka dapatkan di indonesia akan mudah di aplikasikan ketika mereka sudah berada di Mekkah/Madinah.

Pemasaran produk dari *travel* saat ini selain melakukan marketing tatap muka dengan instansi maupun pengajian dan organisasi, seiring perkembangan zaman *travel* juga melakukan pemasaran lewat *social media* seperti wa, facebook,

instagram, maupun website google sehingga memudahkan banyak orang untuk mencari info terdahulu sebelum langsung ke *travel*.

Berikut produk produk di PT. Almeerah Plaza Tour & Travel :

1. Umroh

- Umroh Hemat Berkualitas
- Umroh Reguler
- Umroh Vip
- Umroh Plus

2. Haji

- Haji Regular
- Haji Plus
- Haji Furoda

3. *Tour*

- Domestic
- International

4. *Ticketing*

- Pesawat
- Kereta Api
- Bus
- Hotel

2. **Visi dan Misi Perusahaan**

Dalam setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang harus di capai.

Berikut merupakan visi dan misi dari PT. Almeerah Plaza Tour & Travel:

a. Visi

- Membimbing, mencerdaskan, dan membantu jamaah sebanyak banyaknya dalam proses pendaftaran sampai pemberangkatan dan kepulangan ibadah umroh dengan baik dan puas akan kesesuaian harapan jamaah umroh.

b. Misi

- Memberikan pencerahan dan pengalaman ibadah terbaik bagi jama'ah.
- Memberikan pelayanan terbaik dan ibadah yang sesuai dengan Sunnah.
- Memberikan bimbingan yang maksimal untuk keseluruhan proses mulai umroh sampai selesai.

3. Logo Perusahaan



Gambar 4.1
Logo Perusahaan

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	18	36,0	36,0	36,0
	Perempuan	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data deskriptif dari tabel diatas dapat diketahui bahwa persentase responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 36%, sedangkan perempuan sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 64%. Sehingga yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden perempuan.

2. Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari 20 tahun	1	2,0	2,0	2,0
	21-30 tahun	15	30,0	30,0	32,0
	31-40 tahun	20	40,0	40,0	72,0
	41-50 tahun	13	26,0	26,0	98,0
	50 tahun keatas	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase responden yang berumur dibawah 20 tahun dalam penelitian ini sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 20%, responden yang berusia dari 21-30 tahun dalam penelitian ini sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 30%, untuk responden

yang berumur 31-40 tahun dalam penelitian ini sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 40%, untuk responden yang berumur 41-50 tahun dalam penelitian ini sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 26%, dan responden yang berumur lebih dari 50 tahun dalam penelitian ini sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2%. Yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden berusia 31 tahun sampai 40 tahun.

3. Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		PENDIDIKAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	39	78,0	78,0	78,0
	S2	5	10,0	10,0	88,0
	SMA/SMK	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	100,0

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase responden yang berpendidikan S1 dalam penelitian ini sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar 78%, untuk responden yang berpendidikan S2 dalam penelitian ini sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 10%, untuk responden yang berpendidikan SMA/SMK dalam penelitian ini sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 12%. Yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan S1 dengan persentase sebesar 78%.

4. Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	1	2,0	2,0	2,0
	Pelajar	1	2,0	2,0	4,0
	PNS	24	48,0	48,0	52,0
	Wiraswasta	18	36,0	36,0	88,0
	Wirausaha	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	100,0

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase responden yang bekerja mahasiswa dalam penelitian ini sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2%, untuk responden yang bekerja pelajar dalam penelitian ini sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 2%, untuk responden yang bekerja PNS dalam penelitian ini sebanyak 24 orang dengan presentase sebesar 48%, untuk responden yang bekerja wiraswasta dalam penelitian ini sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 36%, responden yang bekerja wirausaha dalam penelitian ini sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 12%. Responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden yang bekerja sebagai PNS dengan persentase sebesar 48%.

C. Penyajian Data

Dibawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari setiap pernyataan yang telah disebarkan kepada responden.

Dari tabel diatas bisa dilihat persentase jawaban dari variabel kualitas pelayanan dimana mayoritas jawaban dari responden sangat setuju hal ini berarti angket yang disebar kepada responden bernilai sangat baik karena sesuai dengan pemikiran Jamaah PT. Almeerah Plaza Tour & Travel.

D. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel suatu penelitian. Jika instrumen valid atau benar maka hasil pengukuran akan benar.

1). Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas^{Variabel} Kualitas Pelayanan

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,682	0,000<0,05	Valid
No.2	0,301	0,034<0,05	Valid
No.3	0,713	0,000<0,05	Valid
No.4	0,706	0,000<0,05	Valid
No.5	0,461	0,001<0,05	Valid
No.6	0,706	0,000<0,05	Valid
No.7	0,460	0,001<0,05	Valid
No.8	0,524	0,000<0,05	Valid
No.9	0,425	0,000<0,05	Valid
No.10	0,618	0,000<0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai kolerasi yang artinya nilai kolerasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 10 (sepuluh) butir pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05 .

2. Variabel Kepuasan Jamaah

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Jamaah

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,536	0,000<0,05	Valid
No.2	0,511	0,000<0,05	Valid
No.3	0,305	0,032<0,05	Valid
No.4	0,504	0,000<0,05	Valid
No.5	0,604	0,000<0,05	Valid
No.6	0,484	0,000<0,05	Valid
No.7	0,736	0,000<0,05	Valid
No.8	0,519	0,000<0,05	Valid
No.9	0,579	0,001<0,05	Valid
No.10	0,743	0,000<0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai korelasi yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 10 (sepuluh) butir pernyataan pada variabel Kepuasan Jamaah dapat dinyatakan 10 (sepuluh) butir valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Jadi suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dicoba kepada subjek yang sama secara berulang-ulang namun hasilnya tetap sama atau relatif sama.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Status
Kualitas Pelayanan	0,733	9	Reliabel
Kepuasan Jamaah	0,737	10	Reliabel

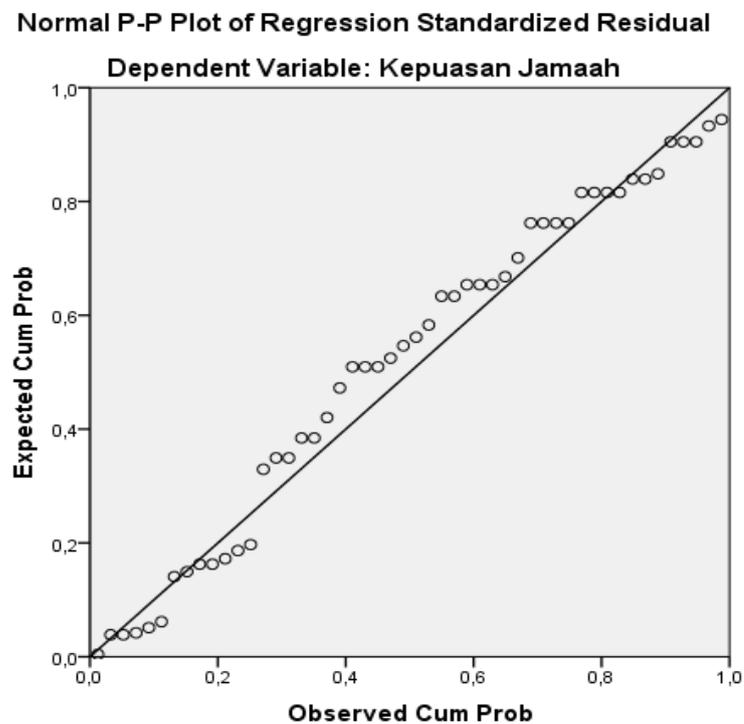
Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebesar: >0,6 atau 60%. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan dari masing-masing variabel yang diteliti dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel >0,6 atau 60%.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Berikut ini merupakan beberapa pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah data dilakukan untuk melihat dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya.



Gambar 4.2

Grafik P-P Plot

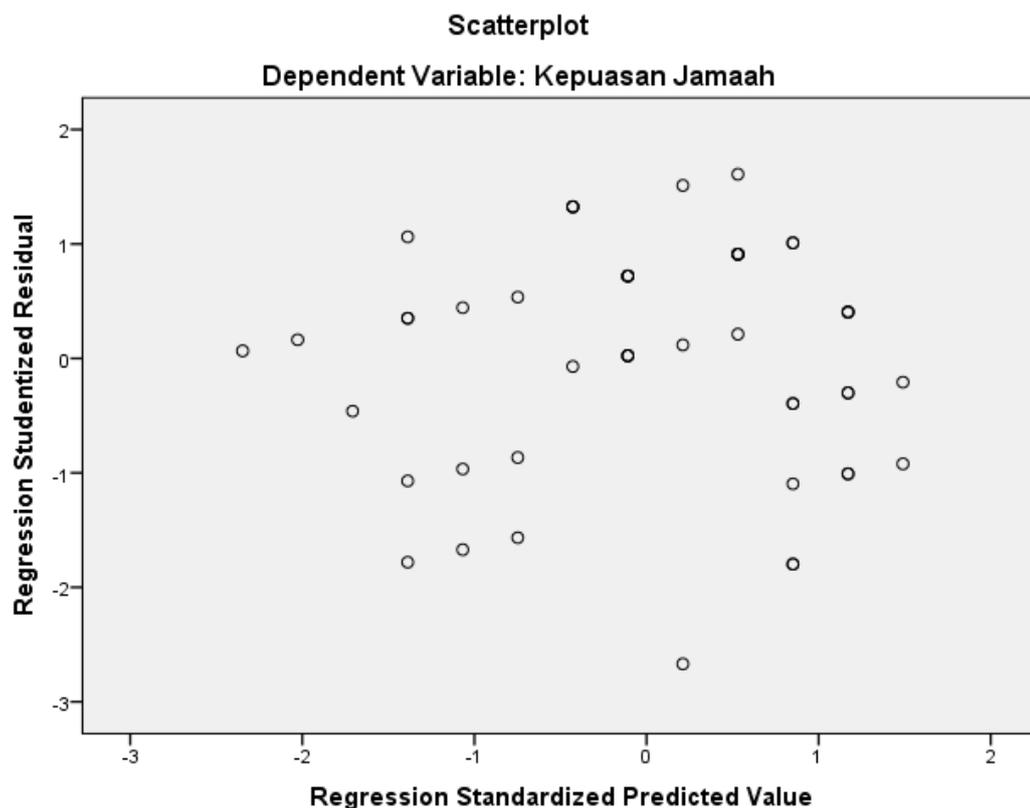
Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut:

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

Dengan SPSS versi 22 maka dapat diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut :



Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar diatas memperlihatkan titik titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas/teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas” pada model regresi.

c. Uji Korelasi

Tabel 4.10
Hasil Uji Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,831 ^a	,691	,685	2,23233	1,924

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi yang variabel bebasnya (variabel X) berpangkat paling tinggi satu. Tujuan dari penggunaan regresi linier sederhana ini adalah untuk memprediksikan nilai dari satu variabel dalam hubungannya dengan variabel lain yang diketahui melalui persamaan garis regresinya. Untuk regresi linier sederhana yaitu regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel (variabel X dan variabel Y), persamaan garis regresinya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,036	3,011	,883	2,005	,051
Kualitas Pelayanan	,865	,066		13,058	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai constant (a) sebesar 6,036 sedangkan nilai Kualitas Pelayanan (b/ koefisien regresi) sebesar 0,865 sehingga persamaan regresinya :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,865 + 6,036X$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

bX = Variabel bebas

Berdasarkan persamaan diatas dianalisis pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Maka Kualitas Pelayanan berpengaruh sebesar 6,036.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t Hitung (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Beberapa hal yang wajib diketahui sebelum melihat tabel t adalah :

1. Jumlah variabel penelitian (k)
2. Jumlah observasi/data/responden (n)
3. Signifikansi menggunakan dua sisi (Sign)
4. Rumus mencari degree of freedom ($Df = n - k$)

Pada kasus ini kita menggunakan dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah , jumlah responden 50 orang dan taraf signifikansinya adalah 0,05. Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji t sebagai berikut:

$$Df = n - k$$

$$Df = 50 - 2$$

$$Df = 48$$

Lalu cari di tabel t Df no 48 di kolom taraf signifikan nya 0,05 lalu hasil nya adalah 1.677 .

Tabel 4.12

Hasil Uji T Hitung (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,036	3,011	,883	2,005	,051
Kualitas Pelayanan	,865	,066		13,058	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah

Hasil pengujian data diatas terlihat bahwa nilai sig probability $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $13,058 > 1.677$ t tabel, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Jamaah.

a. Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika $R^2 = 1$ akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. jika $R^2 = 0$ akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara variabel (X) dengan variabel Y. Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 ^a	,780	,776	1,45029

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil nilai R-Square sebesar 0,780 hal ini berarti 78% varians nilai Kepuasan Jamaah dipengaruhi oleh peran variasi Kualitas Pelayanan. Sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data (Pembahasan)

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan(X) terhadap Kepuasan Jamaah(Y)

Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna, sedangkan kepuasan jamaah merupakan tingkat bentuk kesesuaian harapan pada produk yang di konsumsi pelanggan adalah kepuasan, jadi kualitas pelayanan sangat signifikan berkaitan untuk mendapatkan kepuasan dari setiap pelanggan.

Karena itu perusahaan biro perjalanan umrah dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada jamaah agar perusahaan biro perjalanan tersebut dapat bersaing secara sehat dengan biro wisata lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai Kualitas Pelayanan = 13,058 maka diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $13,058 > 1,677$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah(Y).

Artinya Kualitas Pelayanan sangat mempengaruhi jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel, karena dengan adanya Kepuasan Jamaah akan semakin menambah citra baik bagi travel.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eka Kesuma, Amri dan M. Shabri yang berjudul Kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 64,5 persen dan sisanya 35,5 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

2. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan(X) terhadap Kepuasan Jamaah(Y)

Seperti yang kita ketahui persaingan di dunia bisnis travel haji & umroh semakin banyak karna masing masing selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar jamaah selalu setia terhadap perusahaan tersebut.

Dari sini kita dapat tarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memang sangat besar efek yang di dapat untuk mempengaruhi kepuasan jamaah, karna ekspektasi jamaah lah yang menimbulkan kepuasan jamaah dari kualitas pelayanan yang di dapat ketika melakukan perjalanan sehingga ketika dia merasa puas otomatis akan timbul juga rasa ingin merekomendasi ke kerabat, sahabat, dan lain lain untuk kembali beribadah bersama travel umroh tersebut.

Jadi sangat besar pengaruh positif yang di dapatkan travel dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah, seperti hasil penelitian yang telah di teliti Berdasarkan data pada tabel hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil nilai R-Square sebesar 0,780 hal ini berarti 78% varians nilai Kepuasan Jamaah dipengaruhi oleh peran variasi Kualitas Pelayanan. Sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil pengujian yang telah dilakukan, berdasarkan hasil uji t maka diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $13,058 > 1,677$ nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Kualitas Pelayanan(X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jamaah(Y).

Artinya Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel, karena dengan adanya Kepuasan Jamaah akan semakin menambah citra baik bagi travel. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 78% terhadap kepuasan jamaah, sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi Perusahaan agar tetap selalu menjaga Kualitas Pelayanan dan selalu menjaga Kepuasan Jamaah dalam menjalankan perjalanan ibadah umroh.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitia selanjutnya di harapkan agar lebih memperluas penelitian yang belum dimasukkan ke dalam penelitian ini, karena kemungkinan masih banyak lagi hal-hal yang dapat mempengaruhi Kepuasan Jamaah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghifari. *Analisis Statistik Untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Non Parametrik*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2009.
- Al-Huzaifi, Abdur Rahman. *Strategi Pembinaan Jamaah Umroh Milad dalam Meningkatkan Pemasaran Haji Khusus pada PT Tauba Zakka Atkia (Tour and Travel) Jakarta*. Skripsi. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah. 2017.
- Antonio, Syafii Muhammad. *Economy Off Hajj Neglected Fortune: Dinamika Perspektif Hajj Di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Penyelenggara Haji dan Umroh. 2008.
- Arikunto, Suharsimi. *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Bramson, Robert. *Customer Loyalty 50*. Jakarta: Prestasi Pustaka. 2005.
- Chulaifi, Muhammad et.al, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya*”. Skripsi thesis. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 2018.
- Diana, Anastasia & Tjiptono, Fandy. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset. Ed.Revisi. 2000.
- Edastama, Primasatria. *Pengaruh Kualitas Service terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kecenderungan Perilaku Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Di Jakarta*, Skripsi. Jakarta: Universitas Trisakti. 2014.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Tehnik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Fikri, Sirhan et.al, *Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*, Skripsi. Malang: Universitas Merdeka Malang. 2016.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. terj. Dwi Kartini Yahua. Jakarta: Erlangga. 2005.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga. 2005.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2012.
- Kasturiani, Rita. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun*. Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2018.

- Kesuma, Eka et.al, *Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sultan Hotel Banda Aceh*, Skripsi. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. 2015.
- Lovelock&Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.Indeks. 2005.
- Lupiyadi, Rambat dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa ed.2*. Jakarta : PT. Raja Grafindo. 2006.
- Lupiyadi. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Magistra, Teuku Fadhil. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce B2C Di Jakarta Selatan. *Jurnal Bakrie*. Vol 3. No 03. 2015.
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia. 2011.
- Muhidin, Sambas Ali dan Abdurrahman, Manan. *Analisis korelasi, regresi dan jalur dalam penelitian*. Bandung: Pustaka Setia 2009.
- Muzakki, Ahmad. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, lokasi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi kasus Pencucian Mobil Levi Auto Semarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro. 2013.
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2015
- Nuraddina, Annisa. *Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di PT. Neekoi Nuansa Wisata Bekasi 2015*. Skripsi. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah. 2016.
- Nurjannah, Leni. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2016.
- Nurjannah, Leni. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta)*. Skripsi thesis. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2016.
- Panjaitan, Januar Effendi & Yuliati, Ai Lili. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE cabang Bandung*. Jurnal Manajemen. Bandung: Universitas Telkom. Vol 11. No 2. 2016.

- Pramudyo, Anung. *Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas*. JMBA. Vol 4. No 1. 2012.
- Priyatno, Dwi. *SPSS HANDBOOK*. Yogyakarta: Mediakom. 2016.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Sidik, M. Et.al, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Dalam Jurnal*. Agustus 2019.
- Sigit, Reza Dimas. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna jasa lapangan futsal (Studi Kasus pada IFI Bandung). *Jurnal Eproc*. Bandung: Universitas Telkom Bandung. Vol 1. No 3. 2014.
- Sireger, Sofian. *Metode Penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS. 2011.
- Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika. 2011.
- Tim Penyusun Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi. *Buku Panduan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo*. Semarang: 2016.
- Sofyan Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Danang Sunyoto. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Azuar Juliandi, Irfan & Safrinal Manurung. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan, Umsu Press. 2015.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2005.
- Wardana, Septia Rachma. *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas jamaah umroh PT.Nur Ramadhan Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Dakwah: Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga. 2015.
- Widyaningrum, Retno. *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Felicha. 2013.
- Winahyuningsih, Panca. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Griphtha Kudus. *Jurnal Sosbud*. Kudus: Universitas Muria Kudus. 2010.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Penelitian Pendidikan Penelitian Pendidikan: Suatu Pendidikan Praktik dengan Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: STAIN PO Press. 2012.
- Yamit, Zulian. *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN



Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



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

23 Rajab 1441 H
18 Maret 2020 M

Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amy Afdhita Ardhi
NPM : 1601280028
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3,45
Mogajukan judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh Pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel	<i>[Signature]</i> 18-03-2020	Isra Hafati, M.S	<i>[Signature]</i> 18/3/20
2	Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepercayaan Di Tengah Kasus Penipuan Travel Umroh			
3	Analisis Penyebab Terjadina Dinamika Kasus Penipuan Umroh Terhadap Jamaah Di Kota Medan			

NB : Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload buku panduan skripsi FAI
Demikian permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Horimat Saya

(Amy Afdhita Ardhi)

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 di setuju dari tanda silang pada judul yang di tolak



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

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 36/II.3/UMSU-01/F/2020
Lamp : -
Hal : Izin Riset

20 Dzulqa'dah 1441 H
11 Juli 2020 M

Kepada Yth : Pimpinan PT. Almeerah Plaza Tour&Travel
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Amy Afdhita Ardhi
NPM : 1601280028
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Almeerah Plaza Tour&Travel

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

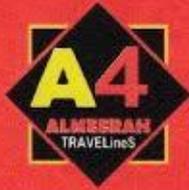
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dekan,



Dr. Muhammad Qorb, MA

CC. File



PT. ALMEER4H PLAZA TRAVELINES

TOUR & TRAVEL

Alamat : Jl. Sutrisno No. 160/186 Medan, Telp. 061 88805428
Email : almeer4h.plazatravelines@gmail.com

Hal : Balasan Permohonan Izin Riset

11 Rabi'ul-awal 1441 H
28 Oktober 2020

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mita Hayati Tanjung
Jabatan : Direktur Utama

Menerangkan bahwa :

Nama : Amy Afdhita Ardhi
NPM : 1601280028
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Telah kami setuju melakukan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan tugas skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. ALMEERAH PLAZA TOUR & TRAVEL** "

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Hormat Kami,
PT. ALMEERAH PLAZA TOUR & TRAVEL



Mita Hayati Tanjung
Direktur Utama



Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

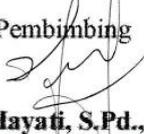
Pada hari ini Selasa, Tanggal 22 Juni 2020 telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Amy Afdhita Ardhi
 Npm : 1601280028
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	- Sudah Okey
Bab I	- Masih banyak typo dan ketidaksesuaian cara penulisan imbuhan dengan PUEBI - Tidak dijelaskan bagaimana cara penulis mendapatkan data nasabah yang tidka puas terhadap pelayanan Travel? Apakah dari jumlah nasabah yang menurun? Kalua ada sebutkan data
Bab II	- Penguunaan spasi yang berlebihan antar paragraf - Tiba – tiba muncul tabel penelitian yang relevan tanpa ada narasi terlebih dahulu
Bab III	-
Lainnya	-
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Ketua

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

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

Tim Seminar

Medan, 22 Mei 2020

Sekretaris

 (Khairunnisa, MM)

Pembahas

 (Khairunnisa, MM)



Unggul Berdas & Compassion

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Amy Afdhita Ardhi
 NPM : 1601280028
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
14-10-2020	-Perbaiki deskripsi hasil penelitian -Perbaiki pembahasan		
20-10-2020	Perbaiki kesimpulan & saran		
22-10-2020	-Perbaiki abstrak		
29-10-2020	Acc sidang skripsi		

Medan, 29 Oktober 2020

Diketahui/ Disetujui:

Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si



Unggul Berkeadilan & Capaian

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada hari Senin, 22 Juni 2020, menerangkan bahwa :

Nama : Amy Afdhita ardhi
Npm : 1601280028
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Pada PT. Almeerah Plaza Tour & Travel

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 22 Juni 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

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

Pembimbing

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

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, MM)

Pembahas

(Khairunnisa, MM)

Diketahui/ Disetujui
A.n Dekan
Wakil Dekan I

Zailani, S.PdI, M.A

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Amy Afdhita Ardhi
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 25 April 1998
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Nomor Telp/Hp : 081240699744
Email : amyafditaardhi25@gmail.com
Nama Orangtua : Ayah : Syamsul Ardhi
Ibu : Mita Hayati Tanjung

Pendidikan Formal
Tahun 2004-2010 : SD Muhammadiyah 30 Medan
Tahun 2010-2013 : Mts Al-Ulum Medan
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 6 Medan
Tahun 2016-Sekarang : Mahasiswa S1 Manajemen Bisnis Syariah
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Oktober 2020

Penulis



AMY AFDHITA ARDHI

NPM: 1601280028