



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA
PT. DARUL UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (SM) Pada Program Studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH :

MUHAMMAD IHSAN JAMIL

NIM.12070114848

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2025



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD IHSAN JAMIL
 NIM : 12070114848
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : X (SEPULUH)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
 HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA
 TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA PT.DARUL
 UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU

DISETUJUI OLEH :

PEMBIMBING

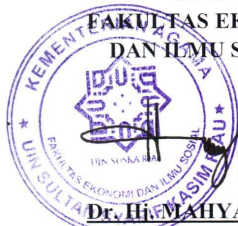
FERIZAL RACHMAD, SE., MM

NIP. 19750216 201411 1 001

MENGETAHUI :

DEKAN

**FAKULTAS EKONOMI
DAN ILMU SOSIAL**



Dr. H. MAHYARNI, S.E., MM

NIP. 19700826 199903 2 001

**KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN**

ASTUTI MEFLINDA, SE., MM

NIP. 19720513200701 2 018



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ihsan Jamil
 Nim : 12070114848
 Program Studi : S1 Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA PT.DARUL UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU
 Tanggal Ujian : 10 Juni 2025

TIM PENGUJI

Ketua
 Astuti Meflinda, S.E., M.M
 NIP. 19720513 200701 2 018

Sekretaris
 Arie Noer Wahidah, S.E., M.M
 NIP. 19780105 200710 2 002

Penguji 1
 Dr. Dony Martias SE.,M.M
 NIP. 19740420 201411 1 001

Penguji 2
 Saipul Al Sukri S.E., M.Si
 NIP. 19860108 201903 1 007



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :

Nomor :

Tanggal :

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ihsan Jamil

NIM : 12070114848

Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru / 02 Juni 2002

Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Prodi : Manajemen

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT.Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/ Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Ihsan Jamil

NIM: 12070114848

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI
DAN UMROH PADA PT. DARUL UMROH
AL BAROKAH DI PEKANBARU**

MUHAMMAD IHSAN JAMIL

NIM.12070114848

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT.Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru. Jenis Penelitian menggunakan metode penelitian survei (*Survey Research*) dan menggunakan tingkat eksplanasi (*level of explanation*) deskriptif, kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Darul Umroh Al Barokah dan sampel yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Studi Dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan Program SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa uji T variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru. Dengan menggunakan uji F variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru. Sementara itu R square sebesar 0,576. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 57% terhadap Kepuasan Konsumen dan Persepsi Harga, sedangkan sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION OF HAJJ AND UMROH TRAVEL SERVICES AT PT. DARUL UMROH AL BAROKAH IN PEKANBARU

MUHAMMAD IHSAN JAMIL

NIM. 12070114848

The purpose of this research is to determine the influence of Service Quality and Price Perception on Consumer Satisfaction of Hajj and Umrah Travel PT. Darul Umroh Al-Barokah in the Pekanbaru City Community. This type of research uses survey research methods and uses descriptive, quantitative levels of explanation. The population in this research is all consumers of PT. Darul Umrah Al Barokah and samples taken using purposive sampling technique. Data collection techniques use questionnaires and Documentation Studies. The data analysis method used is multiple linear regression analysis and uses the SPSS 25 program. Based on the results of the research conducted, it shows that the T test for the variables Service Quality and Price Perception has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction with Hajj and Umrah Travel Services at PT. Darul Umrah Al Barokah in Pekanbaru. By using the F test, the variables Service Quality and Price Perception jointly influence Consumer Satisfaction with Hajj and Umrah Travel Services at PT. Darul Umrah Al Barokah in Pekanbaru. Meanwhile, R square is ,576. This shows that Service Quality and Price Perception as a whole have a 57% influence on Service Quality and Price Perception, while the remaining 43% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Service Quality, Price Perception and Consumer Satisfaction



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



AssalamualaikumWr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat beriring salam tidak lupa kita hadiahkan kepada baginda Rasullullah SAW yang telah membawa kita dari alam gelap gulita yang penuh kebodohan kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA PT. DARUL UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU”**, ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya saya dapat selesai mengerjakan tugas akhir ini dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kepada kedua orangtua saya, Ayahanda (Alm. Sidi Ali Munar, S. Ag) dan Ibunda (Wendra Hayati), Saudara Sekandung Abang (Sidi Muhammad Wildan Zakki) dan Adik (Sidi Ismail Muhammad) yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual kepada saya.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.SI, AK, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
5. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Mahmuzar, SH, MH selaku Wakil Dekan II, Ibu Dr. Hj. Julina, SE., M.Si selaku Wakil Dekan III, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Fakhrurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
7. Bapak Alm. Riki Hendri Malau, SE, MM selaku pembimbing Proposal dan Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dengan penuh kesabaran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Kepada Pimpinan dan Jamaah PT. Darul Umroh Al-Barokah yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.

11. Kepada teman-teman Manajemen Lokal H 2020 dan Manajemen Pemasaran F 2020 terima kasih atas motivasi, dukungan, kritik dan sarannya dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan do'a, bantuan dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya, Aamiin Yaa Rabbal Aalamiin.

Pekanbaru, Februari 2025

Penulis,

MUHAMMAD IHSAN JAMIL

NIM.12070114848



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Rencana dan Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.2 Strategi Pemasaran	18
2.2 Kepuasan Konsumen	22
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	22
2.2.2 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	23
2.3 Kualitas Pelayanan	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	23
2.3.2 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan.....	24
2.4 Persepsi Harga	26
2.4.1 Definisi Persepsi Harga	26
2.4.2 Indikator-indikator Persepsi Harga.....	26
2.5 Pandangan Islam.....	27
2.6 Pengaruh AntarVariabel	27
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Kerangka Pemikiran	31
2.9 Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	31
2.10 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.3 Jenis Data Dan Sumber Data.....	36
3.3.1 Data Kualitatif	36
3.3.2 Data Kuantitatif	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Kusioner	40
3.5.2 Studi Dokumentasi	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Skala Pengukuran Data.....	41
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	41
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	42
3.7 Uji Kualitas Data	42
3.7.1 Uji Validitas.....	42
3.7.2 Uji Reabilitas	43
3.8 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1 Uji Normalitas	43
3.8.2 Uji Multikolinieritas	44
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	44
3.8.4 Uji Autokorelasi	45
3.9 Analisis Linear Regresi Berganda.....	45
3.10 Uji Hipotesis.....	46
3.10.1 Uji T (Uji Parsial).....	46
3.10.2 Uji F (Uji Simultan).....	47
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Perusahaan.....	48
4.2 Visi Misi	49
4.3 Struktur Organisasi.....	50
4.4 Jasa Layanan.....	51



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden.....	52
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	52
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
5.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
5.1.5 Responden Berdasarkan Pengalaman dalam menggunakan Travel Umroh dan Haji pada PT. Darul	55
5.2 Deskripsi Variabel.....	55
5.2.1 Kepuasan Konsumen (Y)	55
5.2.2 Kualitas Pelayanan (X ₁)	57
5.2.3 Persepsi Harga (X ₂)	58
5.3 Uji Kualitas Data	59
5.3.1 Uji Validitas.....	59
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
5.4 Uji Asumsi Klasik	62
5.5.1 Uji Normalitas	62
5.5.2 Uji Multikolinearitas	63
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	64
5.5.4 Uji Autokorelasi	65
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
5.6 Uji Hipotesis.....	68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.6.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	68
5.7.2 Uji Simultan (Uji Statistik F)	70
5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
5.8 Pembahasan	72
5.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru	73
5.8.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru	74
5.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru	76
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

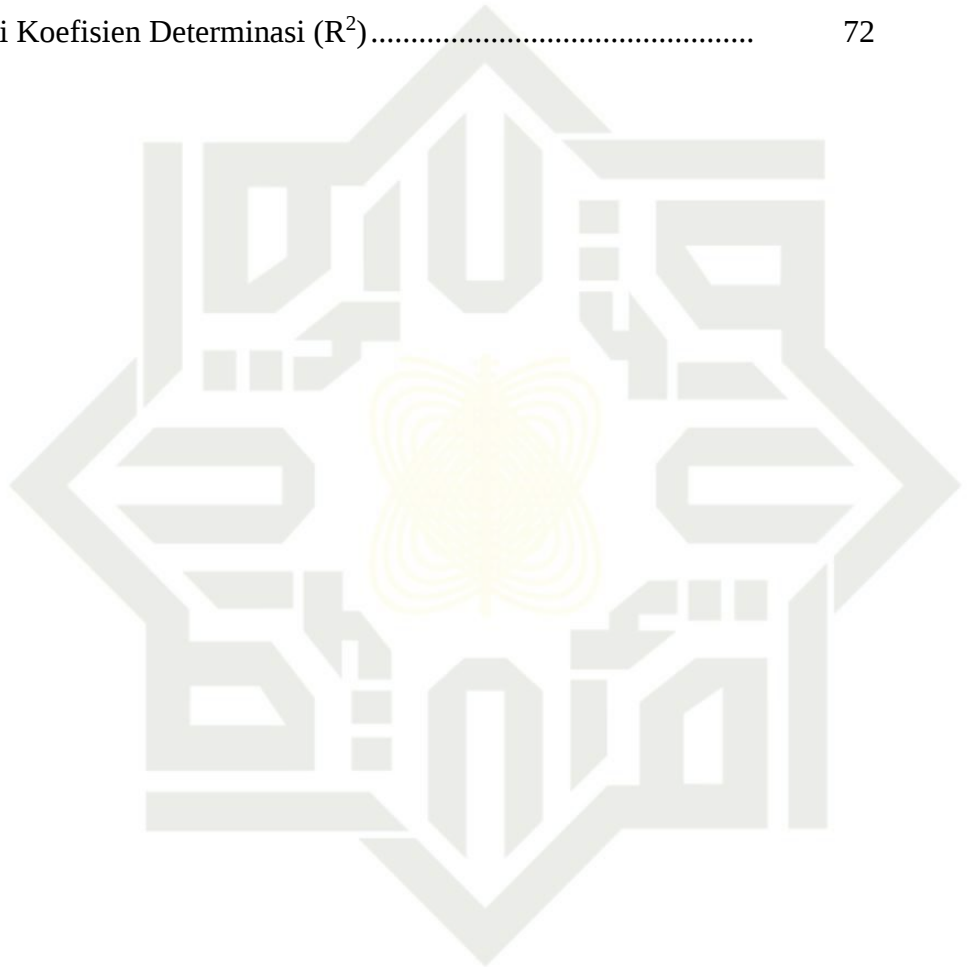
	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Haji dan Umrah Tahun 2024 pada PT. Darul Umroh Al Barokah.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel.....	31
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pengalaman dalam menggunakan Travel Umroh dan Haji pada PT. Darul	55
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 5.9 Uji Validitas	60
Tabel 5.10 Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 5.11 Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 5.12 Uji Multikolinieritas.....	64
Tabel 5.13 Uji Heterokedastisitas	65



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.14 Uji Autokorelasi	66
Tabel 5.15 Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 5.16 Uji Secara Parsial (Uji T)	69
Tabel 5.17 Uji Simultan (Uji Statistik F)	71
Tabel 5.18 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 10 Negara Dengan Kouta Haji Terbanyak Tahun 2023	3
Gambar 1.2 10 Provinsi Dengan Kouta Haji Terbanyak.....	4
Gambar 1.3 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket Spesial Maulid).....	6
Gambar 1.4 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket Ajwa)	7
Gambar 1.5 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket VIP).....	9
Gambar 1.6 Web Travel Goldy Mulia Wisata	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru.....	50
Gambar 5.1 P-P Plot of regression standardized residual	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 7	Uji Hipotesis
Lampiran 8	Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel T Statistik
Lampiran 11	Tabel F Statistik

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ibadah Haji adalah salah satu dari lima rukun Islam yang wajib dilakukan oleh umat Muslim yang mampu secara fisik, finansial, dan logistik untuk melaksanakannya. Haji dilaksanakan di kota suci Mekah, Arab Saudi, selama bulan Dzulhijjah. Umroh merupakan ibadah sunnah yang bisa dilakukan oleh umat Muslim kapan saja selama tahun, kecuali pada waktu-waktu tertentu yang ditetapkan, seperti pada hari-hari tertentu bulan Dzulhijjah. Umroh memiliki serangkaian ritual yang mirip dengan Haji, tetapi tidak memerlukan wukuf di Padang Arafah.

Industri jasa travel Haji dan Umroh terus mengalami perkembangan dan perubahan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu fenomena terkini yang patut diperhatikan adalah perubahan regulasi dan kebijakan terkait penyelenggaraan ibadah Haji dan Umroh. Negara-negara tujuan, seperti Arab Saudi, seringkali mengubah persyaratan dan prosedur, baik dalam hal visa maupun protokol kesehatan, yang memengaruhi operasional perusahaan-perusahaan travel Haji dan Umroh serta pengalaman jamaah.

Digitalisasi juga membentuk perubahan signifikan dalam cara perusahaan travel Haji dan Umroh berinteraksi dengan jamaahnya. Banyaknya aplikasi mobile, platform daring, dan penggunaan media sosial oleh agen travel untuk berkomunikasi dengan calon jamaah dan memberikan informasi terkini tentang paket perjalanan, akomodasi, dan prosedur ibadah telah menjadi norma baru

dalam industri ini. Hal ini tidak hanya memudahkan proses pemesanan bagi jamaah, tetapi juga membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Munculnya trend keberlanjutan dan kesadaran lingkungan juga mulai mempengaruhi industri travel Haji dan Umroh. Beberapa perusahaan travel mulai mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan dalam operasional mereka, seperti penggunaan teknologi hijau, pengurangan limbah plastik, dan promosi penggunaan transportasi umum atau berbagi kendaraan selama perjalanan. Kebijakan ini tidak hanya memberikan dampak positif pada lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen yang semakin peduli dengan isu-isu lingkungan.

Perkembangan ibadah Haji dan Umroh di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia memiliki jumlah umat Muslim terbesar di dunia, sehingga permintaan akan layanan perjalanan Haji dan Umroh terus meningkat dari tahun ke tahun. Pemerintah Indonesia juga aktif dalam memfasilitasi pelaksanaan ibadah Haji dan Umroh dengan memberikan bantuan logistik dan koordinasi dengan pihak Arab Saudi. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang stabil dan peningkatan kelas menengah di Indonesia juga turut mendukung meningkatnya jumlah jamaah Haji dan Umroh dari Indonesia. Pada tahun 2023 kuartal 4 jumlah jiwa yang melaksanakan haji dari Indonesia sekitar 19,55 juta jiwa. Salah satu pembuktian lain peningkatan minat umroh dan haji di negara Indonesia yaitu Indonesia menjadi negara dengan memiliki kuota haji terbanyak didunia pada tahun 2023. **(Detik.com,2024).**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1 10 Negara Dengan Kouta Haji Terbanyak Tahun 2023



Sumber : Databoks 2023

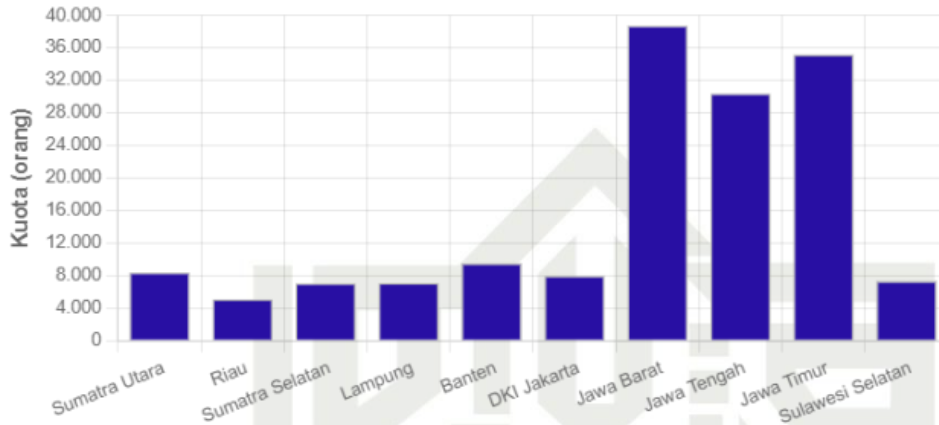
Riau sebagai salah satu provinsi besar di Sumatera, perkembangan ibadah Haji dan Umroh juga terlihat cukup signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari peningkatan kouta haji yang ada di provinsi Riau. Dengan adanya Riau yang memiliki jumlah kouta yang meningkat khususnya pada kuartal 4 di tahun 2023 dan bahkan menjadi salah satu provinsi yang memiliki kouta haji terbanyak, hal ini membuktikan bahwa daerah – daerah yang ada di Provinsi Riau terus mengalami peningkatan dalam minat beribadah haji atau umroh salah satunya di Ibu Kota Provinsi yaitu Kota Pekanbaru, pada tahun 2023 jumlah jiwa yang melaksanakan ibadah haji sebanyak 2.304 Jiwa (**Kemenag, 2023**).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.2 10 Provinsi Dengan Kouta Haji Terbanyak

Sepuluh Provinsi dengan Kuota Haji Reguler Terbanyak 2023

Sumber: KMA No. 189 Tahun 2023



Sumber : GoodStats Data, 2023

Travel merupakan kegiatan yang melibatkan perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain, baik itu untuk tujuan rekreasi, bisnis, pendidikan, atau ibadah (Harry,2020). Ini bisa melibatkan perjalanan dengan berbagai mode transportasi seperti pesawat, kereta, mobil, kapal, atau bahkan berjalan kaki. Travel dapat memberikan pengalaman yang berharga dalam menjelajahi budaya baru, mengeksplorasi tempat-tempat wisata, bertemu dengan orang-orang baru, dan memperluas pandangan dunia. Salah satu travel yang saat ini dicari oleh orang khususnya umat muslim adalah travel haji dan umroh.

Salah satu travel haji dan umroh yang ada di Indonesia khususnya di Pekanbaru yaitu travel PT. Darul Umroh Al Barokah. Travel ini berada di depan PT. Indofood, Jl. Kaharuddin Nst Jl. Air Dingin No.kel, Simpang Tiga, Kec. Bukit Raya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DUAH Tour & Travel ini merupakan perusahaan penyelenggara Umroh & HajiPlus yang bergerak dibidang Tour and Travel. Perusahaan ini melayani program umroh promo, umroh reguler, Umroh Eksekutif, Umroh Mewah , Umroh Backpacker, umroh plus, haji plus, Wisata Halal, tour domestik dan internasional, dan pengurusan dokumen perjalanan.

Target pasar DUAH Tour & Travel saat ini adalah individu maupun kelompok yang membutuhkan aktivitas perjalanan ibadah, wisata baik instansi pemerintah, swasta, dan masyarakat umum lainnya.

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Haji dan Umrah Tahun 2024 pada PT. Darul Umroh Al Barokah

No	Bulan	Jumlah Jamaah
1	Januari	45 Orang
2	Februari	45 Orang
3	Maret	60 Orang
4	April	Idul fitri
5	Mei	0
6	Juni	35 Orang (HAJI)
7	Juli	60 Orang
8	Agustus	45 Orang
9	September	45 Orang
10	Oktober	45 Orang
11	November	60 Orang
12	Desember	60 Orang
Total		500 Orang

Sumber: PT. Darul Umroh Al Barokah, 2024

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa jumlah jamaah yang berangkat Umroh di PT. Darul Umroh Al Barokah tahun 2024 pada bulan Januari, Februari, Maret, Juni, Juli, Agustus September, Oktober, November, dan Desember adalah 500 Orang. Pada bulan April dan Mei, tidak ada keberangkatan karna bertepatan dengan idul fitri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT. Darul Umroh Al Barokah adalah perusahaan yang tidak hanya mencari keuntungan pribadi melainkan suatu usaha yang didirikan dengan maksud membantu dunia pendidikan, dakwah islam dan kaum dhuafa, serta banyak kegiatan sosial lainnya yang merupakan kegiatan rutin kami lakukan.

Berikut contoh produk-produk yang di tawarkan dari PT Darul Umroh Al Barokah.

a. Paket Spesial Maulid (Kelas Ekonomis)

Gambar 1.3 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket Spesial Maulid)



Sumber : <https://darulumrohalbarokah.com/>

Fasilitas yang di dapatkan di kelas ekonomis ini adalah sebagai berikut:

1. Free tour Mekkah dan Madinah.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Hotel berjarak sekitar 300-500 m dari Masjidil Haram dan Masjid Nabawi (Hotel bintang 4 Makkah dan Madinah).
 3. Tour leader dan Muthawwif.
 4. Bus Executive.
 5. Air zam-zam.
 6. Tiket pesawat PP.
 7. Visa dan Asuransi.
 8. Transportasi , Akomodasi , dan Koper.
- b. Paket Ajwa (Kelas Reguler)

Gambar 1.4 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket Ajwa)



UMROH
Bersama Ust. Haramain Dan Hafizh Qur'an

Ardianto Direktur DUAH, Ust. Haramain Pimp Bangkinang, Yayan M. Ikhsan GM DUAH

BERANGKAT OKTOBER 2024
START PEKANBARU

PAKET	DURASI	HARGA (Rp)
PAKET AJWA	12 HARI	33.5
PAKET VIP	12 HARI	39.950

HOTEL (PAKET AJWA): HOTEL (PAKET VIP):
 MAKKAH *5: AZKA AL SAFA, MADINAH *4: GOLDEN TULIP AL ANSAR
 MAKKAH *5: ROYAL DAR EIMAN, MADINAH *5: NOZOL

FREE FASILITAS
 FREE AL - BAIK, TOUR MADINAH & MEKKAH, FREE MUSEUM AL AMUUDI, PERLENGKAPAN

JARAK HOTEL DEKAT, FASILITAS NYAMAN
INFORMASI & PENDAFTARAN
 Mekkah - Madinah (jika berminat)

f Darul Umroh Al Barokah @darulumroh www.darulumrohalbarokah.com Jl. Tuanku Tambusai - Ridan Permai Bangkinang kota - No. 0812 5115 4816

Sumber : <https://darulumrohalbarokah.com/>

Fasilitas yang di dapatkan di kelas reguler ini adalah sebagai berikut:

1. Free tour Mekkah dan Madinah.
2. Hotel berjarak sekitar 100-200 m dari Masjidil Haram dan Masjid Nabawi (hotel bintang 5 Makkah dan hotel bintang 4 Madinah).
3. Tour leader dan Muthawwif.
4. Bus Executive.
5. Air zam-zam.
6. Tiket pesawat PP.
7. Visa dan Asuransi.
8. Transportasi, Akomodasi.
9. Free Al-Baik dan Free Museum Al Mouidi
10. Free Koper dan Perlengkapan lainnya.
11. Harga 33.5 Jt Start Pekanbaru selama 12 Hari

2. Paket VIP (Kelas VIP)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.5 Brosur Promosi Umroh dan Haji PT Darul Umroh Al Barokah (Paket VIP)



UMROH
Bersama Ust. Haramain
Dan Hafizh Qur'an

BERANGKAT OKTOBER 2024
START PEKANBARU

PAKET	DURASI	HARGA (Rp)
PAKET AJWA	12 HARI	33.5
PAKET VIP	12 HARI	39.950

HOTEL (PAKET AJWA): HOTEL (PAKET VIP):
 MAKKAH *5: AZKA AL SAFA
 MADINAH *4: GOLDEN TULIP AL ANSAR
 MAKKAH *5: ROYAL DAR EIMAN
 MADINAH *5: NOZOL

FREE FASILITAS
 FREE AL - BAK
 TOUR MADINAH & MEKKAH
 FREE MUSEUM AL AMOUDI
 PERLENGKAPAN

INFORMASI & PENDAFTARAN
 Makkah - Madinah (jika berminat)

f Darul Umroh Al Barokah @darulumroh1 www.darulumroh1barokah.com Jl. Tuanku Tambusai - Ridan Permai Bangkinang kota - No. 0812 6116 4816

Sumber : <https://darulumroh1barokah.com/>

Fasilitas yang di dapatkan di kelas VIP ini adalah sebagai berikut:

1. Free tour Mekkah dan Madinah.
2. Hotel berjarak sekitar 50-100 m dari Masjidil Haram dan Masjid Nabawi (hotel bintang 5 Makkah dan hotel bintang 5 Madinah).
3. Tour leader dan Muthawwif.
4. Bus Executive.
5. Air zam-zam.
6. Tiket pesawat PP.
7. Visa dan Asuransi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Transportasi, Akomodasi.
9. Free Al-Baik dan Free Museum Al Mouidi.
10. Free Koper dan Perlengkapan lainnya.
11. Makanan sesuai selera makanan Indonesia.
12. Mendapatkan tambahan fasilitas berupa paket liburan dan tour wisata.
13. Harga 39.950 Jt Start Pekanbaru.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yayan M. Ikhsan selaku General Manajer pada PT. Darul Umroh Al Barokah untuk kualitas pelayanan kepada konsumen, ada berbagai pendekatan yang diterapkan PT. Darul Umroh Al Barokah. Salah satunya adalah melalui penggunaan teknologi yang memudahkan proses pendaftaran, pembayaran, dan meningkatkan komunikasi antara agen travel dan jamaah. Selain itu, pelatihan yang intensif bagi petugas dan pemandu perjalanan juga penting untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan informasi, bimbingan, dan dukungan kepada jamaah selama perjalanan.

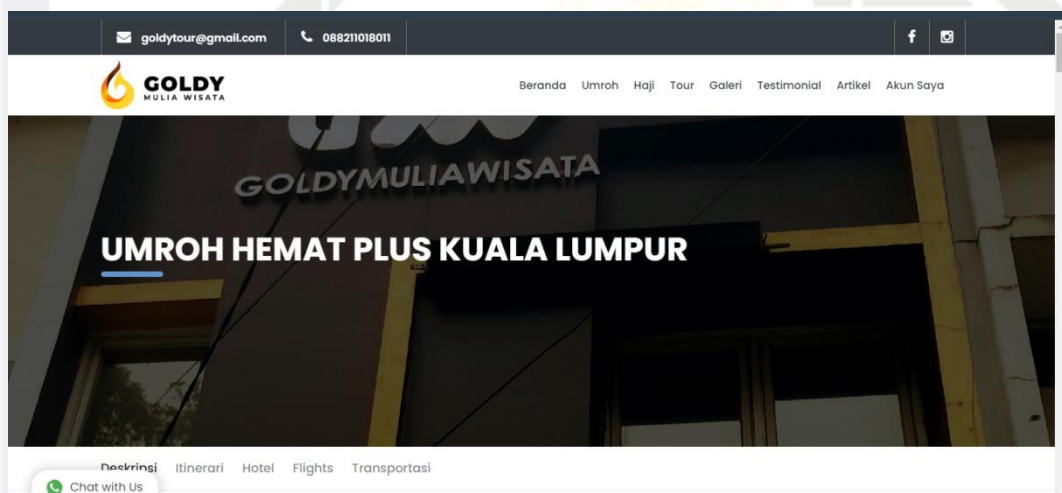
Penyediaan fasilitas yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan jamaah, seperti akomodasi yang bersih dan aman, transportasi yang nyaman, serta makanan dan minuman yang bermutu, juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan menggabungkan teknologi, pelatihan, dan fasilitas yang berkualitas, agen travel haji dan umroh dapat memastikan bahwa setiap jamaah merasa didukung dan diurus dengan baik selama perjalanan mereka, sehingga meningkatkan kualitas keseluruhan pelayanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan yang bisa diambil yaitu pada salah satu Travel Haji dan umroh yang ada pada negara malaysia penggunaan sosial media dan web sebagai pelayanan juga sudah dilakukan pada travel haji dan umroh pada negara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi terhadap perkembangan teknologi terhadap sebuah produk dan jasa merupakan salah satu kunci pelayanan pada sebuah brand. Sama halnya dengan PT. Darul Umroh Al Barokah, Travel Goldy Mulia Wisata juga menggunakan media web atau sosial media dalam melampirkan harga dan fasilitas yang didapatkan menyesuaikan dengan harga yang ada.

Gambar 1.5 Web Travel Goldy Mulia Wisata



Sumber : <https://darulumrohalbarokah.com/>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yayan M. Ikhsan selaku General Manajer pada PT. Darul Umroh Al Barokah dalam meningkatkan persepsi harga kepada konsumen PT. Darul Umroh Al Barokah melakukan beberapa strategi dapat diterapkan. Pertama, penyedia layanan dapat menawarkan paket yang transparan dan inklusif. Dengan memberikan rincian yang jelas tentang apa yang termasuk dalam paket, konsumen akan merasa nilai yang

diberikan sebanding dengan harga yang mereka bayar. Selain itu, memberikan pelayanan yang berkualitas dan pengalaman yang memuaskan juga dapat meningkatkan persepsi harga. Dan saat itu konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan layanan yang baik, mereka cenderung lebih siap untuk membayar harga yang lebih tinggi.

Selanjutnya penyedia layanan dapat menggunakan strategi pemasaran yang cerdas untuk meningkatkan persepsi harga. Hal yang dilakukan PT. Darul Umroh Al Barokah yaitu melalui penggunaan testimoni dan ulasan positif dari pelanggan sebelumnya yang menyoroti nilai yang mereka terima dibandingkan dengan harga yang mereka bayar. Selain itu, menawarkan diskon atau promosi khusus untuk pemesanan awal atau kelompok juga dapat membantu konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang lebih baik untuk uang mereka. Dengan demikian, dengan kombinasi strategi transparansi, pelayanan berkualitas, dan pemasaran yang cerdas, penyedia layanan travel haji dan umroh dapat meningkatkan persepsi harga konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu jamaah PT. Darul Umroh Al Barokah, permasalahan transportasi sering dikeluhkan oleh jamaah Umroh adalah permasalahan Bus angkutan jamaah, penyebab permasalahan ini muncul karena jamaah saling berebut untuk dapat berangkat Bus trip pertama atau keterlambatan kedatangan Bus, Solusinya adalah ketua kloter berkoordinasi dengan maktab terus berupaya menenangkan jamaah untuk sabar menunggu kedatangan Bus lainnya, sebab semua jamaah harus menumpangi Bus sesuai dengan ketentuan giliran keberangkatan kloter. Selain itu juga ketua kloter bisa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkoordinasi dengan petugas kloter lain dalam mengatur jemaah yang mengikuti trip pertama, kedua dan seterusnya.

Dengan adanya hal seperti itu PT. Darul Umroh Al Barokah Pekanbaru perlu memperbaiki kegiatan pelayanannya secara terpadu agar para calon jemaah dapat menggunakan biro perjalanan yang ditawarkan. Mengingatnya semakin banyaknya pesaing dalam hal biro perjalanan dan semakin banyak pula biro-biro perjalanan yang menawarkan berbagai fasilitas pelayanan yang disediakan. Sehingga para calon jemaah bisa memilih-milah biro mana yang terbaik dalam pelayanannya.

Pada saat ini tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan umroh menjadikan bisnis jasa tersebut banyak diminati oleh para pembisnis sehingga untuk dapat memenangkan pasar persaingan bisnis yang ada, para produsen harus dapat melakukan berbagai strategi. Tingkat perasaan konsumen atas puas dan tidak puas yang dirasakan konsumen akan berdampak sangat penting bagi perusahaan, dimana apabila konsumen puas mereka akan melakukan transaksi kembali dan juga akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga otomatis perkembangan karyawan akan meningkat sedangkan apabila konsumen tidak puas maka mereka akan menceritakan hal yang tidak baik kepada konsumen yang lain sehingga menimbulkan banyak keluhan yang akan menurunkan tingkat perkembangan konsumen pada perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Besarnya harapan konsumen pada bisnis jasa tersebut membuat para konsumen sangat detail dalam memilih biro perjalanan yang akan dapat memuaskan keinginan mereka, konsumen akan memilih biro perjalanan apa yang akan digunakan untuk perjalanan mereka. Sehingga tugas perusahaan agar meningkatkan kualitas pelayanan dan juga dapat menetapkan harga dengan tepat, sehingga akan dapat pula meningkatkan kepuasan konsumen.

Fenomena-fenomena inilah yang melatarbelakangi penelitian. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yaitu Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga. Dengan melihat permasalahan diatas maka penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA PT. DARUL UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas dan ditemukan tersebut, maka didapatkan lah beberpa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT. Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT. Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT. Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT.Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT.Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Travel Haji dan Umroh PT.Darul Umroh Al-Barokah pada Masyarakat Kota Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama proses perkuliahan, sekaligus meningkatkan pemahaman dan pengetahuan di bidang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan persepsi harga.

2. Bagi Akademis

Dapat memberikan informasi dan edukasi kepada dunia ilmu pendidikan khususnya informasi dan edukasi tentang pemasaran selanjutnya dan juga menjadi dasar bahan penelitian bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini dapat menjadi salah satu media informasi dan evaluasi terhadap pemilik usaha.

1.5 Rencana dan Sistematika Penulisan

Pada bagian sistematika penulisan untuk memudahkan memahami isi artikel, penulis memberikan gambaran keseluruhan bab yang terbagi menjadi 6 (enam) bab antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan penulis menjabarkan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan penjabaran landasan teori yang akan menjadi dasar untuk pengembangan penelitian dalam materi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

analisis hasil-hasil penelitian, pandangan islam, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, konsep operasional variabel dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan uraian lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sample serta hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Pada bab ini akan di uraikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, keorganisasian serta tugas dan wewenang dalam organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil dari penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen jasa travel haji dan umroh PT. Darul Umroh Al Barokah Pekanbaru.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini diuraikan kesimpulan, saran – saran serta daftar pustaka yang diharapkan dapat bermanfaat serta berguna bagi berbagai aspek bidang yang membutuhkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut **Laksana (2019:1)** pemasaran merupakan suatu kegiatan yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam melakukan suatu transaksi barang atau jasa. Jadi pengertian pasar bukan hanya mengacu pada sebuah tempat atau lokasi saja namun lebih memfokuskan pada kegiatan yang dilakukan oleh objek pemasaran tersebut. Dalam hakikatnya pembahasan pasar bkan saja mengenai tentang proses transaksi jual – beli namun juga bisa mengenai perilaku konsumen, potensi pasar, pesaing, aktivitas promosi ataupun hal – hal yang didalam konteks pemasaran lainnya.

2.1.2 Strategi Pemasaran

Menurut **Kismono (2015:232)** strategi pemasaran adalah serangkaian rencana didalam memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dari pelanggan. Dengan kata lain strategi pemasaran juga dapat berarti pemilihan langkah-langkah yang tepat bagi sebuah perusahaan dalam melakukan proses pemasaran.

Pada Strategi pemasaran terdapat beberapa langkah utama dalam proses pemasaran yang biasa disebut dengan STP (Segmenting, Targeting, Positioning), adapun tujuan dari adanya perusahaan menimbang STP ini sebagai salah satu strategi pemasaran agar perusahaan dapat lebih mengenal calon konsumen mereka

dan mampu menargetkan secara jelas kepada siapakah produk mereka akan di tawarkan.

1. *Segmenting*

Menurut **Limakrisna dan Purba (2017:40)** Identifikasi bahwa segmentasi adalah proses strategis dalam mengklasifikasikan atau membagi kelompok pembeli dengan perbedaan dan kebutuhan yang berbeda. PT.Darul Umroh Al-Barokah memiliki beberapa jenis segmenting yaitu diantaranya diawali dengan segmentasi geografis yang meliputi seluruh wilayah yang ada di Indonesia, kemudian segmentasi demografis yang meliputi seluruh jenis kelamin laki – laki dan perempuan, selanjutnya segmentasi psikografis dengan target pada orang – orang yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk beribadah ke masjidil harom, terakhir segmentasi behavior dengan harapan mampu lebih mendekatkan diri kepada allah SWT.

2. *Targeting*

Menurut **Kotler & Keller (2018:240)** targeting adalah mengenali dan menentukan segmen pasar yang akan difokuskan sebagai target. Adapun targeting dari PT.Darul Umroh Al-Barokah ini adalah mereka terutama orang yang beragama islam dengan tanpa batasan umur dengan sekiranya mampu untuk berpegian jauh.

3. *Positioning*

Menurut **Kotler & Keller (2018:292)** mendefinisikan bahwa positioning merupakan suatu tindakan untuk penentuan posisi sebuah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar dan juga memposisikan produk tersebut agar berbeda dengan produk pesaing. Adapun positioning yang dilakukan oleh PT. Darul Umroh Al-Barokah dengan beberapa cara seperti melakukan sebaran katalog atau spanduk dan juga membuat akun media sosial sebagai media promosi.

4. Bauran Pemasaran

Menurut **Kotler & Keller (2016:119)** bauran pemasaran adalah serangkaian alat pemasaran yang diperuntukan perusahaan sebagai media mengejar tujuannya perusahaan. Bauran juga sebagai pendukung didalam *Segmentasi, Targeting, Positioning* disebabkan dengan adanya bauran pemasaran dapat menjadi tools bagi seorang marketer didalam mempertajam strategi pemasarannya. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa hal didalamnya yaitu produk, harga, tempat dan promosi atau yang biasa disebut dengan 4p, berikut paparannya :

a. *Product* (produk)

Menurut **Musfar (2020:15)** Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk PT.Darul Umroh Al-Barokah adalah menawarkan jasa travel untuk melakukan ibadah ke masjidil harom.

b. *Price* (Harga)

Menurut **Tjiptono (2018:218)** mendefinisikan bahwa harga adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran yang mana dengan adanya harga terciptanya pemasukan dan pengeluaran. Pemasukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau pendapatan juga menjadi salah satu unsur penggerak didalam sebuah perusahaan oleh karena itu maka pentingnya kesesuaian harga dengan melalui pertimbangan yang tepat pada sebuah produk. PT.Darul Umroh Al-Barokah menjadikan 2 cara dalam proses penetapan harga pada produknya yaitu secara internal dan eksternal. Penetapan produk secara internal pada PT.Darul Umroh Al-Barokah yaitu dengan berdasarkan dari overall strategy, objektivitas, mix dan organizational consideration. Adapun yang dimaksudkan dari hal tersebut salah satunya harga yang dipengaruhi oleh nilai dari filosofis dari sebuah produk tersebut dan strategi pemasaran yang dilakukan, sedangkan dari dasar eksternal yaitu PT.Darul Umroh Al-Barokah melakukan penetapan harga mereka dengan cara penyesuaian terhadap market and demand yaitu pemasar harus mengetahui bagaimana hubungan antara harga dan permintaan produk perusahaan.

c. Place (Tempat)

Menurut **Tjiptono (2016:185)** mendefinisikan saluran distribusi adalah sebagai suatu kegiatan pemasaran yang mana bertujuan sebagai memperlancar dan mempermudah penyampaian suatu barang dan jasa kepada konsumen. Salah satu bentuk saluran distribusi adalah pemilihan lokasi, bukan hanya dari seberapa lokasi tersebut mudah dijangkau tapi juga berdasarkan pertimbangan strategis dari lokasi terhadap produk yang akan di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tawarkan. PT.Darul Umroh Al-Barokah dalam startegi place nya atau didalam mendistribusikan produknya menggunakan dua cara yaitu secara offline dan online, strategi pemasaran secara offline yaitu erigo membuka beberapa gerai sebagai tempat pemasaran produknya, kemudian sebagai cara yang paling mayoritas adalah secara online dimana PT. Darul Umroh Al-Barokah sendiri mempunyai web dan akun isntagram.

d. *Promotion* (Promosi)

Menurut **Kotler dan Keller (2016:47)** mendefiniskan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan yang ada dalam suatu produk dan juga bersifat persuasif terhadap sasaran pelanggannya dengan tujuan sasaran tersebut membeli produk tersebut. Promosi yang dilakukan oleh PT. Darul Umroh Al-Barokah yaitu dengan beberapa cara yaitu offline ataupun online, secara offline yang dilakukan PT. Darul Umroh Al-Barokah biasanya dengan cara melakukan promosi digerai, sedangkan dengan cara online yaitu denganm cara promosi di Instagram dan web.

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut **(Tjiptono, 2019)** Kepuasan pelanggan adalah penilaian pembeli, terhadap penawaran penjual yang dirasa melebihi harapannya dalam membeli. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan adalah evaluasi atau penilaian yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan oleh pembeli terhadap produk atau layanan yang mereka beli. Ketika pelanggan merasa bahwa apa yang mereka terima dari penjual melebihi harapan atau ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya, maka mereka akan merasa puas. Jadi, keseluruhan pengalaman membeli tersebut dianggap memuaskan karena pelanggan mendapatkan nilai lebih dari yang mereka harapkan.

2.2.2 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut **Tjiptono (2014:101)** indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari beberapa aspek sebagai berikut :

a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

b. Minat Berkunjung Kembali

Hal ini berkaitan dengan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

c. Ketersediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut **Kotler(2019)** mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan yang diharapkan . apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

2.3.1 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan menurut **Kotler (2016:393)** menyebutkan lima Indikator Kualitas Pelayanan yang harus dipenuhi yaitu:

a. Keandalan (reliability)

Merupakan kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dapat diandalkan dan akurat, meliputi:

- 1) Menyediakan layanan seperti yang dijanjikan.
- 2) Keterjangkauan dalam menangani masalah layanan konsumen.
- 3) Melakukan layanan dengan benar dan untuk pertama kali.
- 4) Memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan
- 5) Melihara catatan bebas dari kesalahan.
- 6) Karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan
- 7) dari pada konsumen.

b. Daya tanggap (responsiveness)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merupakan kesedian untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat, meliputi:

- 1) Terus memberitahu konsumen kapan layanan akan dilakukan.
- 2) Layanan yang cepat untuk konsumen.
- 3) Kesedian untuk membantu konsumen.
- 4) Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen.

c. Jaminan (assurance)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri, meliputi:

- 1) Karyawan yang menanamkan kepercayaan kepada konsumen.
- 2) Membuat konsumen merasa aman dalam transaksi mereka.
- 3) Karyawan yang konsisten bersikap sopan melayani konsumen.

d. Empati (empathy)

Merupakan pemberian perhatian yang individual kepada para konsumen, meliputi:

- 1) Memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.
- 2) Karyawan yang menangani konsumen secara peduli.
- 3) Memperhatikan kepentingan konsumen.
- 4) Karyawan yang memahami kebutuhan konsumen.
- 5) Jam kerja nyaman.

e. Wujud layanan (tangible)

Merupakan penampilan fisik, peralatan, staf bahkan komunikasi, meliputi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Peralatan terkini
- 2) Fasilitas yang menarik secara visual.
- 3) Karyawan yang memiliki penampilan yang rapih dan profesional.
- 4) Materi yang secara visual menarik terkait dengan layanan.

2.4 Persepsi Harga

2.4.1 Definisi Persepsi Harga

Persepsi harga menurut **Kotler dan Armstrong (2016:278)** adalah cara konsumen menilai nilai suatu produk atau layanan dalam hubungannya dengan harga yang harus mereka bayar. Kotler mengatakan bahwa persepsi harga dipengaruhi oleh keterjangkauan harga, relevansi harga dengan kualitas layanan, daya saing harga, dan keuntungan harga.

2.4.2 Indikator-indikator Persepsi Harga

Indikator Persepsi Harga menurut **(Kotler, 2018)** menyebutkan lima Indikator Kualitas Pelayanan yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Keterjangkauan pada harga
- b. Harga sesuai dengan kualitas produk
- c. Harga bisa dipersaingkan
- d. Harga sesuai dengan manfaat.

2.5 Pengaruh Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Fahmi (2015:4) kualitas pelayanan mendorong kearah peningkatan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Sebaiknya ketidakpuasan atas kualitas pelayanan dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah sehingga pada dasarnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif yang lebih besar lagi dibandingkan upaya mendapatkan pelanggan baru, karena umumnya lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dari pada menarik pelanggan baru. Dan kehilangan konsumen dapat menjadi bencana didalam suatu perusahaan. Kepuasan konsumen diperoleh jika produsen mampu menghasilkan kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi sangat memperhatikan konsumennya. Kualitas tersebut harus menerus diperbarui dengan sesuai selera dari konsumen.

Kepuasan konsumen erat sekali hubungannya dengan kualitas. Kualitas ini berpengaruh langsung dengan kemampuan pelayanan untuk memuaskan konsumen. Kualitas sebagai keseluruhan dari ciri-ciri yang menonjol dan karakteristik dari kualitas pelayanan yang dapat memuaskan kebutuhan konsumennya. Kualitas tersebut berawal dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan terhadap konsumennya.

2.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan pada konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang dan jasa (Winardi, 2014:5). Tujuan harga adalah untuk mendapatkan pengembalian pada penjualan bersih, mencegah atau mengurangi persaingan, pertahanan atau memperbaiki *market share*, memaksimalkan laba. Sedangkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapannya. Tujuan kepuasan konsumen supaya konsumen puas setelah membeli produk atau menggunakan jasa dengan harga yang setara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kualitasnya dan berharap konsumen akan melakukan pembelian ulang. Artinya, disamping pelayanan yang baik, harga juga dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan.

Oleh karena itu, jika perusahaan memberikan harga yang terlalu tinggi sedangkan target pasar perusahaan adalah kelas menengah, konsumen tidak akan bisa membelinya dan konsumen akan beralih kepada pesaing yang menurut konsumen harganya lebih rendah. Sebaliknya jika harga terlalu rendah maka konsumen akan meragukan kualitas produk atau kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Jadi, perusahaan dituntut menganalisis harga yang sesuai dengan harapan kepuasan sebelum menetapkan harga.

2.6 Pandangan Islam

Islam mengajarkan manusia untuk berbuat baik pada sesama dan juga mengetahui mana yang menjadi haq bagi diri serta haq bagi orang lain, semuanya diajarkan dalam hukum syar'i di dalam islam. Muslim juga secara khusus mengajarkan bagi umat nya tata cara muamalah yang sesuai dengan apa yang diajarkan oleh Allah swt dan Rasulnya, seperti yang dijelaskan pada surat An – nisa ayat 29 yang menjelaskan bahwa :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada ayat tersebut dalam hal tersirat menjelaskan bahwa dalam urusan muamalah harus didasarkan dalam salah satu hal yaitu suka sama suka antara penjual dan konsumen, hal ini akan berkaitan pada salah satu keputusan pembeli sebelum melakukan pembelian yang mana sebelum konsumen mengambil pilihan atau keputusan untuk membeli sebuah produk, konsumen harus mempertimbangkan apakah produk yang mereka beli sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan juga apakah sebagai penjual sebelum menyelesaikan tahap transaksi juga mempertimbangkan tentang apakah transaksi yang terjadi nantinya tidak akan merugikan dirinya atau pihak lain.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad In'amul Chulaifi, Endang Setyowati (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga X3 : Kepercayaan Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen
2.	Yusnani, Endang Sutrisna (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Penetapan Harga Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh positif terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

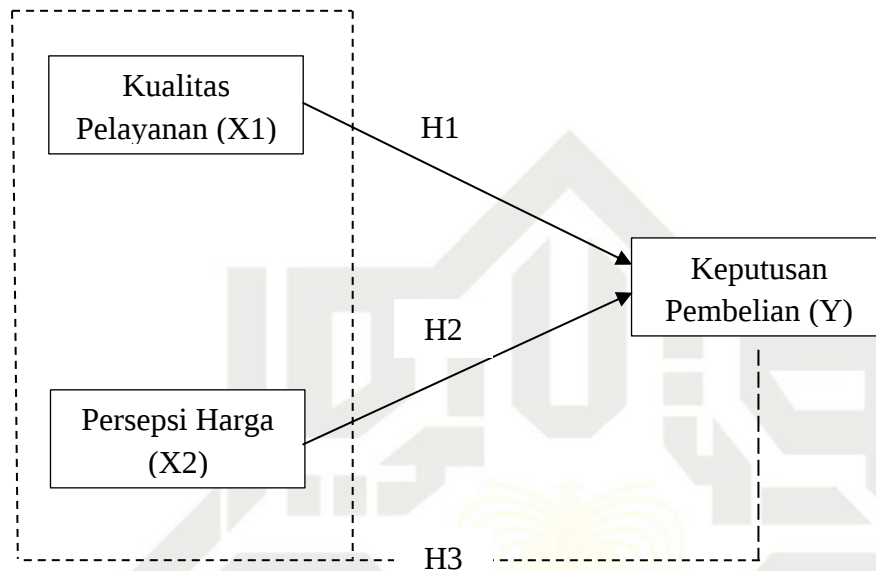
No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru		Kepuasan Konsumen
3	Fathtira Virdha Noor	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	X1 : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen
4	Agung Arfianto	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Intensi Pembelian Pada Produk Bandeng Presto Semarang	X1 : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
	I Made Adi Juniantara, Tjokorda Gde Raka Sukmawati	Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen	X1 : Persepsi Harga X2 : Promosi X3 : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Konsumen	Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian



Keterangan :

- > : Pengaruh secara parsial
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

2.9 Konsep Operasional

Menurut **Widjono Hs (2018 : 19)** Pengertian operasional yaitu batasan pengertian yang dijadikan sebagai pedoman untuk melakukan suatu kegiatan ataupun pekerjaan. Operasional juga dapat diartikan sebagai suatu dasar dalam melakukan sebuah kegiatan atau penelitian. Pengertian operasional yaitu deskripsi dengan didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau bahkan mengubah konsep berupa perubahan pada struktur kata dengan menggambarkan perilaku ataupun gejala yang dapat diamati dan diuji serta dapat dipertanggung jawabkan korelevanannya pada orang lain. Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini akan mengukur bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut **Sugiyono (2017:38)** pada penelitian ini digunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel penelitian ini adalah :

- Variabel bebas (*Independen Variabel*) adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menyebabkan permetaan baru atau munculnya suatu variabel terikat (*Dependent Variabel*). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah sebagai berikut :
 - XI = Kualitas Pelayanan
 - X2 = Persepsi Harga
- Variabel terikat (*dependet variable*) adalah variabel yang mana dipengaruhi oleh hasil, apapun itu, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini untuk variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator Penelitian	Skla/Ukuran
	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan adalah penilaian pembeli, terhadap penawaran penjual yang dirasa melebihi harapannya dalam membeli. (Tjiptono, 2019)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kediaan Merekomendasi	Likert
	Kualitas	kualitas pelayanan	1. Kehandalan	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator Penelitian	Skala/Ukuran
	Pelayanan (X1)	adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan . apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut Kotler(2019)	2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Wujud	
3.	Persepsi Harga (X2)	Persepsi harga adalah cara konsumen menilai nilai suatu produk atau layanan dalam hubungannya dengan harga yang harus mereka bayar Menurut Kotler dan Armstrong (2016:278)	1. Keterjangkauan pada harga 2. Harga sesuai dengan kualitas produk 3. Harga bisa dipersaingkan 4. Harga sesuai dengan manfaat (Kotler , 2018)	Likert

2.10 Hipotesis

Menurut **Sugiono (2017 : 63)** Hipotesis yaitu tanggapan tentatif dari tujuan penelitian yang telah dikonsep dalam kerangka yang dibuat. Hipotesis adalah

pernyataan eksplorasi tentang ikatan antara dua variabel atau lebih. Maka dari rumusan masalah di atas, untuk hipotesis penelitian ini dibangun seperti berikut ini :

- H1** : Diduga Kualitas Pelayanan (XI) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel haji dan umroh pada PT. Darul Umroh Al Barokah di Pekanbaru
- H2** : Diduga Persepsi Harga (XI) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel haji dan umroh pada PT. Darul Umroh Al Barokah di Pekanbaru
- H3** : Diduga bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) jasa travel haji dan umroh pada PT. Darul Umroh Al Barokah di Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut bidang, tujuan, metode, tingkat eksplanasi (level of explanation) dan waktu (**Sugiyono, 2010: 6**). Berdasarkan penjelasan di atas penelitian ini merupakan jenis penelitian dibidang akademis, dengan menggunakan metode penelitian survei (Survey Research) dan menggunakan tingkat eksplanasi (level of explanation) deskriptif, kuantitatif.

Pengertian survey dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian survey menurut **Masri Singarimbun (1995:3)** adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian ini termasuk penelitian survey karena data yang dikumpulkan dari sampel atas populasi mewakili seluruh populasi.

Penelitian survei ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut **Masri Singarimbun (2006: 4)** penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomenal sosial tertentu, dan mengembangkan konsep serta menghimpun fakta. Hal ini sejalan dengan pendapat **Suharsimi Arikunto (1990: 309)** penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada yaitu menurut keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan, dan dalam penelitian ini tidak untuk menguji hipotesa tertentu tetapi hanya

menggambarkan apa adanya suatu gejala atau keadaan. Pendekatan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif karena data hasil penelitian digambarkan agar lebih mengerti. Pendekatan kuantitatif karena seluruh informasi dan data diwujudkan dalam angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Travel Haji dan Umroh pada PT. Darul Umroh Al Barokah di Pekanbaru yaitu pada konsumen yang menggunakan jasa PT. Darul Umroh Al Barokah Pekanbaru. Waktu penelitian yang dilaksanakan pada penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan, dimulai sesudah proposal di seminarkan dan mendapatkan persetujuan dari dosen penguji maupun dosen pembimbing.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Pada pembahasan selanjutnya maka penelitian ini akan melakukan pembahasan secara mendetail, oleh karena itu maka dibutuhkan jenis dan sumber data untuk menunjang hal tersebut yaitu

3.3.1 Data Kualitatif

Pada penelitian kualitatif, data didapatkan dari berbagai sumber, yaitu mengaplikasikan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda, dan dilaksanakan secara berkelanjutan hingga data jenuh. **Sugiyono (2017:53).**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.2 Data Kuantitatif

Menurut **Sugiyono (2017:147)** Metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, diperuntukan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel sering dilakukan secara acak, akumulasi data menggunakan alat penelitian analisis data kuantitatif atau statistik untuk tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang membahas tentang pengaruh antar variabel, dengan jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu :

1) Data Primer

Menurut **Sugiyono (2017:187)** Data primer merupakan sumber data yang meneruskan data secara langsung kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini dikumpulkan secara langsung dengan menyebarkan wawancara dan kuesioner tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru

2) Data Sekunder

Menurut **Sugiyono (2017:137)**, Data sekunder merupakan sumber yang tidak meneruskan data secara langsung kepada penghimpun data, misalnya melalui perantara atau melalui dokumen. Data yang dijadikan data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari seluruh masyarakat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecamatan Kota Pekanbaru, Riau, serta data survey yang dilakukan peneliti kepada warga Kota Pekanbaru, Riau, masyarakat yang beragama muslim dan memiliki pengetahuan tentang jasa Travel Haji dan Umroh pada PT. Darul Umroh Al Barokah di Pekanbaru

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2018:117)** mendefinisikan populasi yaitu daerah generalisasi yang termuat atas obyek atau subyek dan memiliki kualitas dan ciri tertentu tertentu yang ditentukan oleh peneliti sebagai bentuk mempelajari lalu menarik kesimpulan. Untuk populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Darul Umroh Al Barokah.

3.4.2 Sampel

Menurut **Sugiyono (2018:118)** Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi. Apabila populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh komponen populasi, misalnya karena keterbatasan sumber daya finansial, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan non-Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling. Menurut **Sugiono (2018:136)** Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sample dengan tidak memberikan peluang kepada setiap populasi yang ada. Teknik Purposive Sampling menurut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiono (2018:138) yaitu pengambilan sample pada populasi dengan menggunakan beberapa kriteria dan pertimbangan tertentu dalam menentukan jumlah sampel. Pada penelitian ini sample yang diambil dengan teknik Purposive Sampling yaitu responden yang sudah pernah menggunakan jasa travel haji dan umroh PT. Darul Umroh Al Barokah. Untuk jumlah sampel yang diketahui dapat digunakan rumus *slovin* untuk menghitung jumlah sampel yang telah diperlukan. Karena jumlah sampelnya banyak, maka pengambilan sampel yang digunakan dengan cara menggunakan rumus *slovin*.

Rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi
 e^2 : Batas toleransi kesalahan 10%

Diketahui :

N : 500.

e : 10% atau 0,1.

Maka:

$$n = \frac{500}{1 + 500 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 83,3$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui jumlah sampel sebesar 83 Orang.

3.5

ini:

3.5.

ers

3.5.

mer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian. Menurut **(Sugiyono, 2017)**) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu atau dokumen dari orang lain mengenai subjek.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Skala Pengukuran Data

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut **Sugiyono (2017:93)**, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Oleh karena itu pada penelitian ini hanya digunakan 5 tipe diantaranya:

- a. Jika memilih jawaban Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- b. Jika memilih jawaban Setuju (S) = Skor 4
- c. Jika memilih jawaban Netral (N) = Skor 3
- d. Jika memilih jawaban Kurang Setuju (TS) = Skor 2
- e. Jika memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mempunyai ciri teknis yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga perencanaan penelitian. Menurut **Sugiyono (2017:147)**, metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu,

mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, dengan tujuan pengujian Hipotesis telah diajukan.

3.6.3 Analisis Deskriptif

Analisis data yang juga digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif. Analisis Deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang akan diteliti. Analisis ini mengemukakan data-data responden seperti jenis kelamin, usia, atau pekerja. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif juga diperoleh melalui pertanyaan terbuka atau wawancara.

3.7 Uji Kualitas Data

Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, sehingga harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable, sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut **Sugiyono (2017:16)** menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai tingkat kesalahan kecil, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang memadai. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menguji korelasi antara skor setiap item pertanyaan dengan total skor yang akan diukur menggunakan Pearson Bivariate di SPSS. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel maka item pertanyaan pada angket mempunyai korelasi yang signifikan dengan skor total, berarti item angket tersebut dinyatakan valid. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item pertanyaan pada kuesioner tidak mempunyai korelasi yang signifikan terhadap skor total yang berarti item kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana diperoleh hasil pengukuran gejala yang sama dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama. Menurut **Sugiyono (2017:130)**, reliabilitas adalah: “Suatu instrumen yang bila digunakan berulang kali untuk mengukur benda yang sama akan menghasilkan data yang sama. » Data dianggap reliabel jika nilai koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$, sebaliknya data dianggap tidak reliabel.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik harus dilakukan untuk menguji layak tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji ini meliputi :

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut **Ghozali (2018:161-167)**, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji Kolmogorov-Smirnov adalah nilai probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut **Ghozali (2018:107)** menunjukkan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak akan ada korelasi antar variabel independennya. Model regresi yang baik tidak akan ada korelasi antar variabel independennya. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada regresi dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai toleransi yang rendah setara dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{toleransi}$). Nilai ambang batas yang umum digunakan untuk menunjukkan derajat multikolinearitas adalah nilai toleransi > 0,10 dan nilai $VIF < 10$ > 10, sehingga terjadi multikolinearitas pada data.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Ghozali (2018:137)** mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians dari residu pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak, dilihat dari nilai koefisien korelasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Spearman Rank antara masing-masing variabel independen dengan variabel perancu. Jika nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Outokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (times-series) atau ruang (cross section) (Ghozali, 2018b). Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji DurbinWatson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) $DU < DW < 4 - DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.9 Analisis Linier Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018:80) menyatakan bahwa regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini meliputi menentukan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan memprediksi nilai variabel dependen tanpa memperhatikan nilai variabel dependen, naik atau turun secara independen. Data yang digunakan seringkali dapat diskalakan berdasarkan interval atau rasio. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan

untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), dan X2 (Persepsi Harga), dan Y (Kepuasan Konsumen).

Persamaan regresi linier berganda dalam Penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Konsumen
a	: Konstanta
b1 dan b2	: Koefisien Regresi X1 dan X3
X1	: Kualitas Pelayanan
X2	: Persepsi Harga
e	: Tingkat Kesalahan (Error)

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan regresi berpengaruh secara individual atau kolektif terhadap nilai variabel dependen.

3.10.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut **Sugiyono (2018:206)** Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) secara individual dengan variabel dependen (Y). Untuk dasar dalam pengambilan keputusan uji t parsial adalah sebagai berikut :

- Jika $Sig_{hitung} > 0,05$ maka H_0 diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Jika $\text{Sig } thitung < 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut **Sugiyono (2018:208)** Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui signifikansi korelasi X_1 dan X_2 terhadap Y setelah menggunakan F_{hitung} langkah selanjutnya adalah dibandingkan dengan F_{tabel} dan dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (sig. $> 0,05$) maka dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ (sig. $< 0,05$), maka dikatakan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut **Sugiyono (2018:201)** Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Perusahaan

PT. DARUL UMROH ALBAROKAH TOUR & TRAVEL (DUAH) adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata; Umroh dan Haji Khusus, dan City Tour Mancanegara. Didirikan dengan spirit pembangunan yang profesional, efektif, efisien dan inovatif.

Perusahaan ini berdiri pada tanggal 1 Desember 2022 di Kabupaten Kampar berdasarkan akta notaris yang dibuat oleh Notaris Yun Anita Yusuf SH. MKn, serta telah memperoleh persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui surat keputusan nomor : AHU-0084678.AH.01.01. Tahun 2022. Melalui surat keputusan tersebut perusahaan ditetapkan sebagai Perusahaan Persero, yaitu menjadi PT. Darul Umroh Albarokah Tour & Travel.

PT. Darul Umroh Albarokah Tour & Travel merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri yang dipimpin oleh Direktur dalam hal ini Ardianto, A.Md., CPL di bidang penyediaan jasa biro perjalanan wisata, baik sebagai perorangan maupun berkontribusi atau tergabung dalam lembaga tertentu.

Saat ini PT.Darul Umroh Albarokah Tour & Travel berkomitmen untuk memberi pelayanan dan kualitas kinerja yang terbaik kepada klien/konsumen, melalui manajemen teknologi, kualitas SDM (tenaga Ahli dan Terampil), sistem informasi yang terintegritas, sampai dengan manajemen mutu dan resiko dalam setiap paket perjalanan yang ditawarkan. Komitmen perusahaan tersebut



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibangun dengan tujuan untuk memberi kepuasan klien secara nyata dengan pelayanan yang berkualitas, berpengalaman, dan professional. Sesuai Motto perusahaan **“MELAYANI DENGAN SETULUS HATI”**

4.2 Visi Dan Misi

a. Visi

Menjadi penyelenggara perjalanan umroh yang amanah, Profesional dan berkualitas dalam menyelenggarakan perjalan haji dan umroh demi mencapai kekhusukan dalam beribadah.

b. Misi

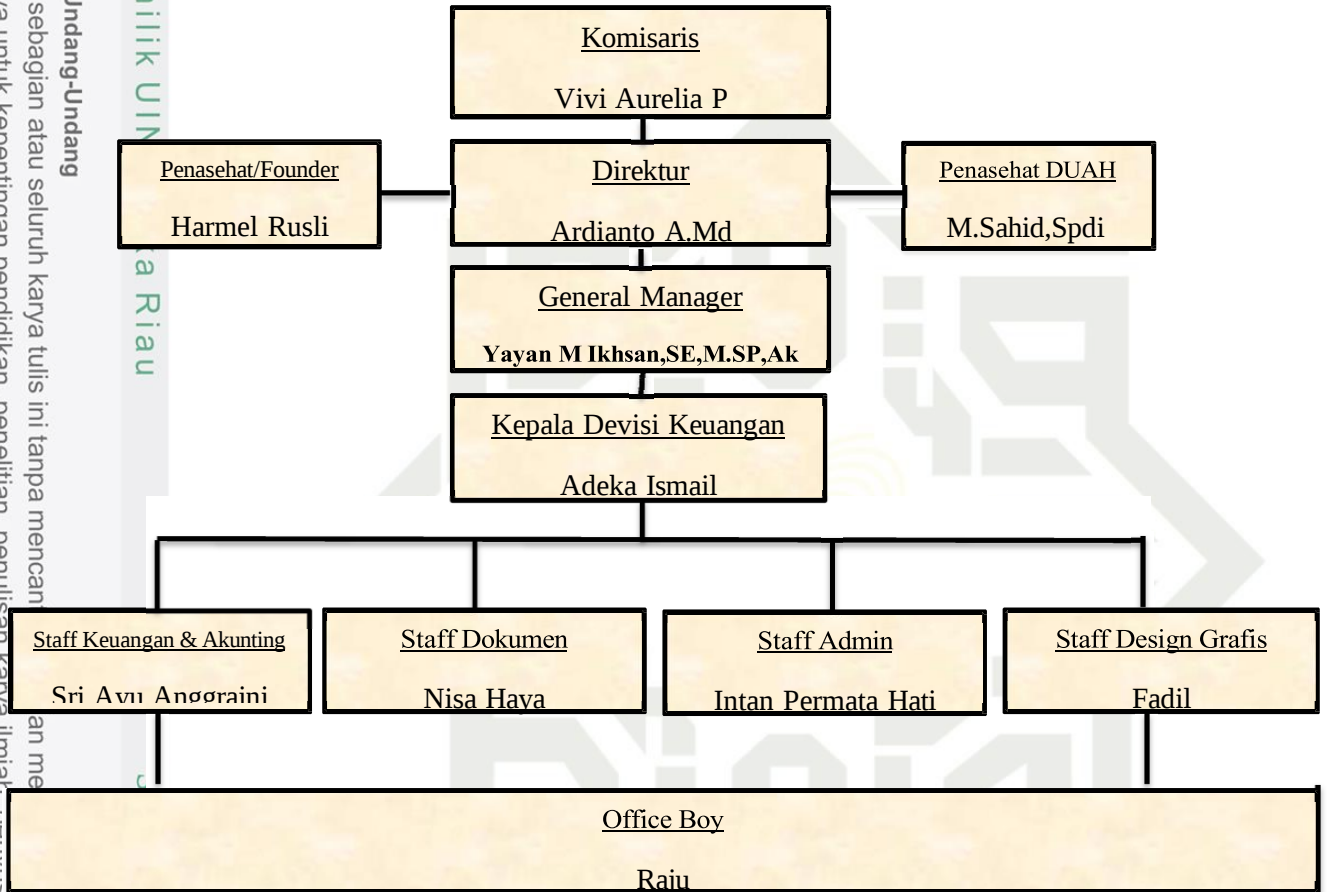
- 1) Menjalin kerjasama dengan mitra di setiap daerah di seluruh Indonesia.
- 2) Memberikan kemudahan bagi jamaah dengan menghadirkan layanan terpadu baik di kantor pusat dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah maupun dalam bentuk pelayanan lainnya.
- 3) Memberikan pesan dan informasi terbaik terutama dalam pelayanan perjalanan umroh dan haji sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah.

UIN SUSKA RIAU



4.3 Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru



Sumber: PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru, 2024

4.4. Jasa Layanan

PT.Darul Umroh Albarokah Tour & Travel memiliki produk dan layanan yang beragam dan dikemas secara baik dan variatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan maupun kebutuhan ibadah Jemaah dengan berpegang teguh pada prinsip memudahkan dan memberikan kenyamanan.

PAKET LAYANAN UMROH

- 1) Paket Umroh Hemat, fasilitas hotel bintang *4
- 2) Paket Umroh Dekat, fasilitas hotel bintang *5
- 3) Paket Umroh Nikmat, fasilitas hotel bintang *5
- 4) Paket Umroh Mantap, fasilitas hotel bintang *5

PAKET LAYANAN HAJI

- 1) Paket Haji Khusus Dakhilli (langsung berangkat)

PAKET LAYANAN WISATA MUSLIM DAN HALAL TOUR

- 1) Wisata Muslim Explore Turki
- 2) Wisata Muslim Explore Singapore
- 3) Wisata Muslim Explore Malaysia
- 4) Wisata Muslim Explore Thailand
- 5) Wisata Muslim Hainan Cina

JASA LAYANAN DOKUMEN PERJALANAN

- 1) Pengurusan Paspor
- 2) Pengurusan Visa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, nilai t_{hitung} (4,896) > t_{tabel} (1,990) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru.

Variabel Persepsi Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, t_{hitung} (4,151) > t_{tabel} (1,990) dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru..

Variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu F_{hitung} sebesar 54,252 dengan signifikansi 0,000. F_{tabel}

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 3,111. Dengan demikian diketahui $F_{hitung} (54,252) > F_{tabel}$ sebesar 3,111 dengan nilai Signifikan $0,000 < 0,05$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan atau bersamaan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di kemukakan sebelumnya, disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Pihak Jasa Travel Haji Dan Umroh sebaiknya lebih dapat memberikan dan memperhatikan pengawasan pada jamaah. Terutama pada Kualitas Pelayanan yang diinginkan oleh jamaah. Karena dengan pengawasan yang baik dan menepati janji nantinya akan ada nilai tambah pada Kualitas Pelayanan pada travel tersebut dan Kepuasan Konsumen yang lebih pada jamaah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, serta diharapkan peneliti yang sejenis dan peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Endang Sutrisna dan Yusnani, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru, Jurnal Ilmu Administrasi, Vol. 5: Edisi II

Febriansyah, A. (2017). Tinjauan Atas Protes Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. Jurnal Riset Akuntansi, 8 (2)

Ghozali Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. (Ed. Ke-7). Semarang: Universitas Diponegoro

Irfam, Fahmi. 2015. Manajemen Jasa Teori Dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Univesitas Diponegoro

Indra Lutfi Sofyan¹, Ari Pradhanawati² & Hari Susanta Nugraha, 2013, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang, Jurnal Undip

Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: BPFE

Jaya, F. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Jemaah Haji Kota Medan Terhadap Pelayanan Haji Tahun 2012. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, 1(11), 14766

Jili. Fatch, S. N. (2018). Peran Pondok Pesantren Darul A'Mal Terhadap Peningkatan Nilai Religius Masyarakat Mulyojati 16 B Metro Barat. Institut Agama Islam Negeri Metro

Kismono., G. (2015). *Bisnis Pengantar, Edisi Dua*,. Yogyakarta: BPFE UGM



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler, P. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Global Edition: Pearson Education
- Kotler, P. dan Keller, K. I L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). London: Pearson Education Inc
- Kotler, P. dan Keller, K. I L. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. dan Keller, K. I L. (2020). *Marketing Management*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Laksana, F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, jilid 2*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Musfar, T. F . S. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Setyowati, E., & Chulaifi, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh Dan Haji Pada Pt . Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. Penelitian LPPM Untag Surabaya, 03(01), 40–54
- Sedha, M & Sheena K. 2017. “Impact Of Influencers In Consumer Decision Progress The Fashion Industry.” Jurnal A Quartely (14-30). SCMS Of Indian Management
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
 Sunyoto, D. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS)

Tjiptono, F . 2016. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, F . 2019. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset

Winardi. 2014. *Asas-Asas Marketing*, Edisi 2. Bandung: Mandar Maju



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1 Kuesioner

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Kepada :

Konsumen PT. Darul Umroh Al Barokah yang terhormat

AssalamualaikumWr.Wb

Saya Muhammad Ihsan Jamil, Mahasiswa Jurusan Manajemen, Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan Skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Haji Dan Umroh Pada PT. Darul Umroh Al Barokah Di Pekanbaru”.

Pada kesempatan ini saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu berkenan menjadi responden dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dalam penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis dan data bersifat rahasia serta tidak untuk disebarluaskan.

Atas kebaikan hati dan partisipasi yang telah Bapak/Ibu berikan, saya sampaikan terimakasih.

Hormat Saya,

Muhammad Ihsan Jamil

Nim. 12070114848



Email: 12070114848@students.uin-suska.ac.id

A. Identitas Responden

Petunjuk : Berilah tanda (✓) untuk pilihan yang paling sesuai dengan diri Anda.

1. Nama :
2. Umur : Tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ L ☐ P
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SMA ☐ S1
☐ DIII ☐ S2/S3
5. Pekerjaan : ☐ Wiraswasta/Wirausaha
☐ Karyawan Swasta
☐ PNS/TNI/POLRI
☐ Ibu Rumah Tangga
6. Pendapatan : ☐ Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
☐ Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000
☐ Rp. 9.000.000 – Rp. 11.000.000
☐ > Rp. 12.000.000
7. Pengalaman dalam menggunakan Travel Umroh dan Haji pada PT. Darul Umroh Al Barokah : ☐ 1 kali
☐ >1 kali

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penilaian :

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
	Kepuasan Konsumen	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Darul Umroh Al Barokah merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan ibadah haji dan umrah saya					
2.	Saya lebih memilih produk haji dan umrah di PT. Darul Umroh Al Barokah dari pada tavel lain					
3.	Saya membeli produk haji dan umrah di PT. Darul Umroh Al Barokah karena rekomendasi dari teman, keluarga, dan kerabat saya					

2. Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan	Bobot Jawaban				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan PT. Darul Umroh Al Barokah pada jamaah sesuai dengan janji					
2.	PT. Darul Umroh Al Barokah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh jamaah secara tepat					
3.	PT. Darul Umroh Al Barokah terampil dalam melayani jamaah					
4.	PT. Darul Umroh Al Barokah kebutuhan spesifik jamaah					
5.	Lokasi Kantor PT. Darul Umroh Al Barokah sangat strategis, ruang tunggu bersih dan nyaman					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Persepsi Harga

No	Persepsi Harga	Bobot Jawaban				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih produk haji dan umrah di PT. Darul Umroh Al Barokah karena memiliki harga terjangkau					
2.	Saya memilih produk haji dan umrah di PT. Darul Umroh Al Barokah penawaran harganya sesuai dengan kualitas yang akan saya terima					
3.	Harga produk haji dan umrah di PT. Darul Umroh Al Barokah lebih bervariasi dari pada Travel haji dan umrah lain					
4.	PT. Darul Umroh Al Barokah penyedia jasa layanan haji dan umrah relevan dengan kebutuhan saya					



Lampiran 2 Tabulasi

No	Kualitas Pelayanan (X1)					Total X1	Persepsi Harga (X2)				Total X2	Kepuasan Konsumen			Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y.1	Y.2	Y.3	
1	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	19	4	5	5	14
2	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	5	4	4	13
3	4	4	3	5	5	21	5	5	4	4	18	5	4	4	13
4	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	17	5	5	4	14
5	4	3	3	3	4	17	5	4	4	4	17	4	5	4	13
6	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	18	4	4	4	12
7	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16	5	4	4	13
8	4	5	5	4	4	22	5	4	3	3	15	5	5	4	14
9	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	18	4	5	5	14
10	3	4	3	4	4	18	3	4	3	3	13	4	3	3	10
11	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	16	5	4	4	13
12	3	4	3	3	4	17	3	4	3	4	14	4	4	4	12
13	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16	4	4	4	12
14	4	5	4	4	4	21	4	3	3	4	14	4	4	4	12
15	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	19	5	4	5	14
16	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	18	4	3	4	11
17	4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	19	5	5	4	14
18	3	4	5	3	4	19	4	4	5	4	17	4	5	4	13
19	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	18	4	3	5	12
20	2	3	3	4	3	15	3	3	2	3	11	3	3	2	8
21	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	18	5	5	4	14
22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	19	4	5	5	14
23	4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	14	3	3	2	8
24	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	17	5	4	4	13
25	4	4	4	5	5	22	3	5	5	4	17	5	4	4	13
26	5	4	5	4	4	22	3	4	5	4	16	4	4	5	13
27	4	4	5	4	5	22	3	4	5	4	16	4	4	4	12
28	3	4	3	4	4	18	4	5	3	5	17	4	4	4	12
29	5	5	4	4	4	22	4	5	4	5	18	4	4	4	12
30	4	3	5	5	5	22	5	5	3	4	17	3	5	4	12
31	3	2	4	3	4	16	2	3	2	3	10	5	3	3	11
32	4	5	4	4	4	21	5	5	4	5	19	4	4	5	13
33	4	4	3	5	5	21	3	4	5	5	17	4	5	3	12
34	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	18	4	5	5	14
35	5	4	3	4	3	19	3	5	5	3	16	5	5	3	13

1. Dilarang
 - a. Pengutipan untuk tujuan akademik atau keagamaan.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. D

a. Pengutipan yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain, termasuk untuk tujuan komersial, dilarang.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	5	4	4	13
37	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	16	4	5	3	12
38	5	5	5	3	3	21	5	4	4	4	17	4	4	4	12
39	3	3	3	2	2	13	4	4	3	4	15	5	3	4	12
40	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	19	4	4	4	12
41	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	18	4	5	4	13
42	5	5	4	4	4	22	5	4	4	5	18	5	5	5	15
43	4	3	2	3	3	15	4	3	4	4	15	3	3	3	9
44	3	3	5	2	2	15	4	3	5	3	15	2	5	3	10
45	3	5	5	4	5	22	2	3	4	4	13	3	5	4	12
46	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
47	5	5	4	3	3	20	4	4	5	4	17	4	4	3	11
48	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	18	4	4	4	12
49	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	17	5	5	5	15
50	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16	5	5	4	14
51	5	5	5	2	3	20	3	3	5	5	16	3	5	5	13
52	3	2	5	3	4	17	3	4	4	4	15	4	3	3	10
53	5	3	4	5	4	21	4	4	4	5	17	4	4	3	11
54	3	2	4	3	2	14	4	3	5	3	15	4	5	2	11
55	4	5	4	4	4	21	3	4	5	3	15	4	5	3	12
56	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	16	5	4	5	14
57	4	3	4	3	3	17	3	4	5	4	16	4	4	4	12
58	4	4	4	3	3	18	4	4	4	5	17	4	4	4	12
59	4	4	3	4	3	18	4	4	5	5	18	5	5	4	14
60	4	5	5	4	3	21	5	3	5	3	16	5	5	5	15
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	11
62	2	3	3	2	3	13	3	3	2	1	9	2	2	3	7
63	4	5	4	3	3	19	4	4	4	4	16	5	4	4	13
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
65	4	4	4	3	3	18	4	5	4	5	18	4	4	4	12
66	4	3	2	3	2	14	4	4	4	4	16	3	2	3	8
67	3	3	5	3	4	18	3	4	3	5	15	3	4	4	11
68	4	4	4	3	5	20	5	4	4	4	17	4	4	3	11
69	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15
70	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
71	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
72	5	5	4	3	3	20	3	4	5	5	17	4	5	3	12
73	5	5	4	1	5	20	5	3	3	2	13	4	3	2	9
74	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	15

1. Diketahui bahwa seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan yang mengutip karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak mengutip kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dianggap mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

75	4	4	3	3	4	18	4	3	3	4	14	3	3	3	9
76	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
77	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	19	4	5	4	13
78	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	17	5	4	5	14
79	5	5	4	4	5	23	5	3	5	4	17	5	4	5	14
80	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
82	5	5	5	3	4	22	5	5	3	5	18	5	5	4	14
83	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	4	5	14

Lampiran 3 Uji Validitas

A. Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Kepuasan Konsumen (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.300**	.417**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000
	N	83	83	83	83
Y.2	Pearson Correlation	.300**	1	.357**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.006		.001	.000
	N	83	83	83	83
Y.3	Pearson Correlation	.417**	.357**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	83	83	83	83
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.745**	.731**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Kualitas Pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations					Kualitas Pelayanan (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.584**	.237*	.212	.258*	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.054	.018	.000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.2	Pearson Correlation	.584**	1	.303**	.189	.314**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.087	.004	.000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.3	Pearson Correlation	.237*	.303**	1	.054	.240*	.544**
	Sig. (2-tailed)	.031	.005		.625	.029	.000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.4	Pearson Correlation	.212	.189	.054	1	.575**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.054	.087	.625		.000	.000
	N	83	83	83	83	83	83
X1.5	Pearson Correlation	.258*	.314**	.240*	.575**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.018	.004	.029	.000		.000
	N	83	83	83	83	83	83
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	.674**	.717**	.544**	.634**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Persepsi Harga

		Correlations				Persepsi Harga (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
X2.1	Pearson Correlation	1	.307**	.148	.184	.607**
	Sig. (2-tailed)		.005	.180	.096	.000
	N	83	83	83	83	83
X2.2	Pearson Correlation	.307**	1	.271*	.476**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.005		.013	.000	.000
	N	83	83	83	83	83
X2.3	Pearson Correlation	.148	.271*	1	.342**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.180	.013		.002	.000
	N	83	83	83	83	83
X2.4	Pearson Correlation	.184	.476**	.342**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.096	.000	.002		.000
	N	83	83	83	83	83
Persepsi Harga (X2)	Pearson Correlation	.607**	.724**	.668**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

A. Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.626	3

B. Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.677	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Persepsi Harga

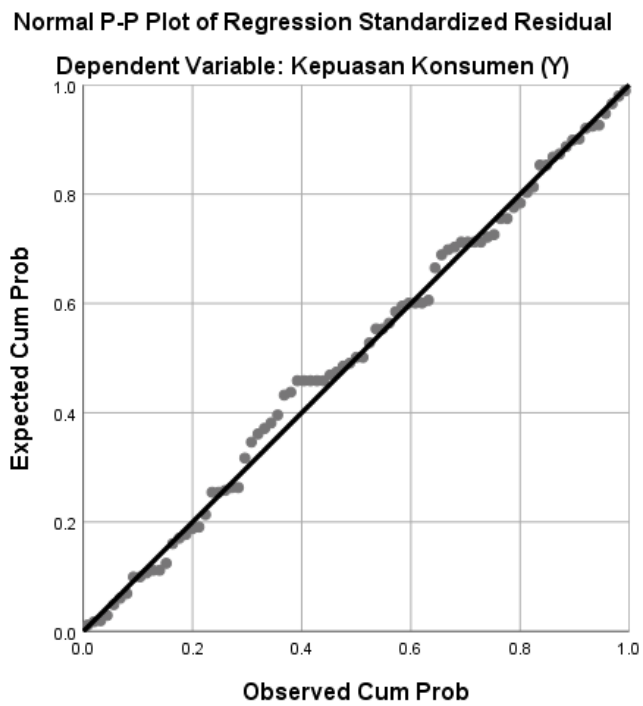
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.608	4

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

1. Uji Normalitas Garis Plot



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11131652
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.036
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

B. Uji Multikolineritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan (X1)	.613	1.632
	Persepsi Harga (X2)	.613	1.632

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.431	.650		3.741	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	-.053	.036	-.205	-1.487	.141
	Persepsi Harga (X2)	-.030	.046	-.088	-.639	.525

- a. Dependent Variable: ABRESID



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.759 ^a	.576	.565	1.125	2.140

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.900	1.105		.815	.418
	Kualitas Pelayanan (X1)	.298	.061	.456	4.896	.000
	Persepsi Harga (X2)	.328	.079	.386	4.151	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Lampiran 7 Uji Hipotesis

A. Uji Secara Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.900	1.105		.815	.418
	Kualitas Pelayanan (X1)	.298	.061	.456	4.896	.000
	Persepsi Harga (X2)	.328	.079	.386	4.151	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Uji Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137.355	2	68.677	54.252	.000 ^b
	Residual	101.272	80	1.266		
	Total	238.627	82			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Lampiran 8 Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.576	.565	1.125

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Lampiran 9 Tabel Uji r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 10 Tabel Durbin-Watson

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 11 Tabel Uji t

Titik Persentase Distribusi t (df = 60 – 100)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
60		0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61		0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62		0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63		0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64		0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65		0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66		0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67		0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68		0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69		0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70		0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71		0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72		0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73		0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74		0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75		0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76		0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77		0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78		0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79		0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80		0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81		0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82		0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83		0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84		0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85		0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86		0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87		0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88		0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89		0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90		0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91		0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92		0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93		0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94		0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95		0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96		0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97		0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98		0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99		0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100		0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 12 Tabel F Statistik

Tabel f (60-92) Taraf Signifikansi 0,05

$\alpha = 0,05$	$df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041



BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Ihsan Jamil, atau akrab disapa Ihsan atau Jamil, Lahir di Pekanbaru, 2 Juni 2002. Penulis merupakan anak kedua dari ayahanda (alm) Sidi Ali Munar S.Ag dan Ibunda Wendra Hayati. Riwayat pendidikan formal yang ditempuh penulis ialah SD Negeri 50 Kota Pekanbaru dan lulus pada tahun 2014. Pendidikan SMP Negeri 36 Pekanbaru tamat pada Tahun 2017. Pendidikan SMA Negeri 7 Pekanbaru tamat pada tahun 2020. Tahun 2020 Penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selama masa perkuliahan penulis melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH PADA PT.DARUL UMROH AL BAROKAH DI PEKANBARU"** Pada tanggal 6 Agustus 2024 Penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan "LULUS" dan pada tanggal 10 Juni 2025 penulis mengikuti Munaqasah dan dinyatakan "LULUS" dan layak menyandang gelar Sarjana Manajemen (SM).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.