



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

TIARA

12120520555

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM S1

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1447 H/2026 M



© H

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.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru", yang ditulis oleh

Nama . Tiam
NIM 12120520555
Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang tounagayah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Desember 2025

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Dr. Jonnias, SE, MM
NIP. 196806162014111002

Pembimbing Metodologi

Hairul Amri, M. Ag
NIP. 197308232001121003

Dipindai dengan CamScanner



© H

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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALITAS TERHADAP PERMINTAAN JASA UMRAH DI ISTANA TOUR DAN TRAVEL KOTA PEKANBARU**", yang ditulis oleh:

NAMA : Tira
NIM : 12120520555
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin 12 Januari 2026
Waktu : 13.00 WIB s/d selesai
Tempat : Ruang Pengadilan Semu (Gedung belajar Lt.2).

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Januari 2026
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, MM

Sekretaris
Madona Khairunisa, S.E.I., ME.Sy

Penguji I
Dr Jonnious, SE.,MM

Penguji II
Dr Musnawati, SE., M.Ak

Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

H. Maghfirah, M.A.
MIP. 19741025 200312 1 002



© Hak

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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara
NIM : 1212052055
Tempat/Tgl. Lahir : Bondar, 06 Desember 2002
Fakultas : Syariah dan Hukum
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umrah di istana tour and travel kota pekanbaru"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

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

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

Pekanbaru, 22 Desember 2025

Yang Menyatakan


Tiara
NIM. 1212052055

 Dipindai dengan CamScanner

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**Tiara (2025) : Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Loyalita Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru**

Persaingan industri jasa travel umrah yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu menetapkan strategi yang tepat dalam menarik minat jamaah. Faktor harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas jamaah menjadi aspek penting yang memengaruhi tingkat permintaan jasa umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas baik secara parsial maupun simultan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 79 responden yang merupakan jamaah PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r hitung $> r$ tabel ($0,251$). Uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha harga sebesar $0,904$, kualitas pelayanan $0,881$, loyalitas $0,900$, dan permintaan $0,880$. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah dengan nilai t hitung sebesar $3,685$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$; kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar $3,169$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$; serta loyalitas berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar $7,522$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai F hitung sebesar $36,192$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,575$ menunjukkan bahwa $57,5\%$ variasi permintaan jasa umrah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan $42,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru, dengan loyalitas sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi permintaan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Permintaan Jasa Umrah

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

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALITAS TERHADAP PERMINTAAN JASA UMRAH DI ISTANA TOUR DAN TRAVEL KOTA PEKANBARU”. Shalawat dan salam senantiasa penulis hadiahkan untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, Allah huma shalli alaa Muhammad wa'ala ali Muhammad. Dalam pengerajan skripsi ini telah di susun agar menjadi sempurna. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan dari penulis.

Dengan demikian, berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

Kepada orang tua tercinta, Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Juriar, yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Terimakasih banyak atas segala pengorbanan, dukungan, motivasi, nasehat serta doa tulus kasih sayang yang tak pernah putus dipanjatkan dalam setiap sujudnya agas setiap

**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 milik UIN Suska Riau**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

langkah penulis selalu diridhoi dalam segala hal. Semua pencapaian ini adalah buah dari pengorbanan ayahanda dan ibunda, semoga ayahanda dan ibunda diberi kesehatan dan umur panjang agar tetap menyertai setiap langkah dan perjuangan hidup penulis. Tak lupa kepada ketiga adik tercinta Ridho Adha, Lia Santia dan Nur Afifah yang selalu menjadi pelita semangat dalam setiap langkah, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan kepada penulis..

Ibu Prof. Dr. Leny Nofianti MS, S.E., M.Si., Ak. selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau berserta Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D, selaku wakil rektor I, Bapak Dr. Alex Wenda, ST., M.Eng, selaku wakil rektor II, dan Bapak Dr. Harris Simaremare, M. T, selaku wakil rektor III, yang berjasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

3. Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau berserta Bapak Dr.Muhammad Darwis, SH. I., SH., MH selaku wakil dekan I, Ibu Dr. Nurnasrina, SE., M. Si selaku wakil dekan II, dan Bapak Dr. M. Alpi Syahrin. SH, MH. Selaku wakil dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi

4. Bapak Syamsurizal, Se, M.Sc, Ak. CA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Zilal Afwa Ajidin SE., MA., selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5. Bapak Dr.Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Bapak Dr. Jonnius, SE, MM selaku dosen Pembimbing I Skripsi, dan Bapak Hairul Amri, M.Ag Selaku dosen Pembimbing II skripsi, penulis ucapan terimakasih atas segala bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis.
8. Bapak Erwin selaku Manager Operasional di PT Istana Wisata Religi Pekanbaru yang telah memberikan arahan dan membantu penulis mengumpulkan informasi dan data dalam melakukan penelitian serta seluruh staff yang ada di PT Istana Wisata Religi Pekanbaru.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 19 Desember 2024

Penulis,

Tiara
NIM. 12120520555



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

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Teori Permintaan	9
B. Umroh.....	17
C. Teori Harga	18
D. Kualitas Pelayanan	30
E. Loyalitas	40
F. Penelitian Terdahulu	46
G. Kerangka Pemikiran	48
H. Hipotesis	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian	52
C. Sumber Data.....	53
D. Subjek dan Objek Penelitian	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Populasi dan Sampel	56
G. Teknik Analisis Data	57



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 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
B. Hasil Penelitian	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
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.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau****DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Daftar Harga Paket Umrah	4
Tabel 1. 2 Jumlah Jamaah PT Istana Tour Dan Travel Pekanbaru.....	5
Tabel 2. 1 Kerangka Teoritis	46
46Tabel 4. 1 Uji Validitas	68
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 3 Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4. 4 Uji Normalitas	72
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 6 Uji White	74
Tabel 4. 7 Uji t (Parsial)	75
Tabel 4. 8 Uji f (Uji Simultan)	77
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinasi	78



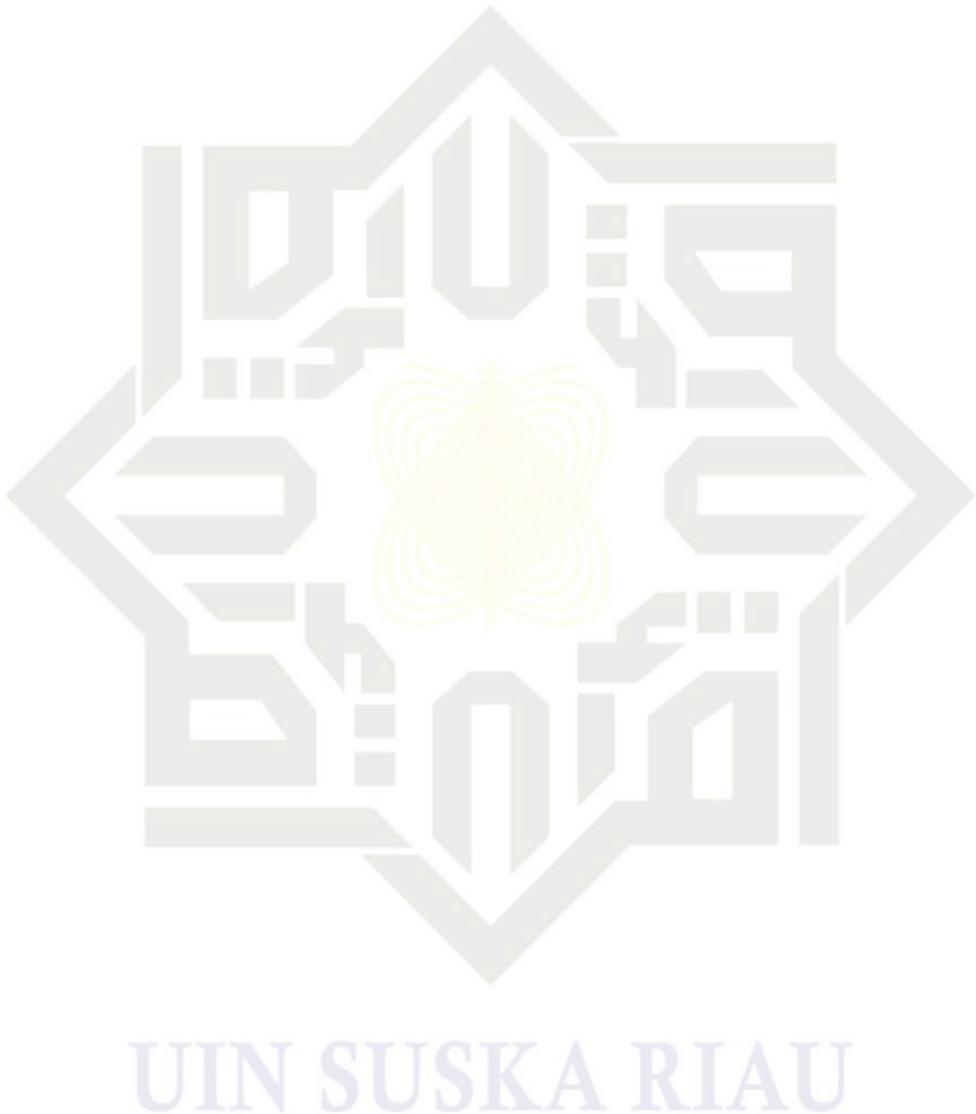
UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta Mlik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis	49
Gambar 3. 1 Logo PT Istana Wisata Religi Pekanbaru	64
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Pt. Istana Wisata Religi.....	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.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2 Tabulasi Data	94
Lampiran 3 Output SPSS	102



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

A. Latar Belakang

Salah satu ibadah yang mirip dengan ibadah haji adalah ibadah umrah. Jika ibadah haji hukumnya wajib (fardhu ain), namun ibadah umrah hukumnya sunnah. Umrah adalah berkunjung ke Baitullah untuk melaksanakan thawaf, sa'i dan bercukur demi mengharap ridha Allah. Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia, sekitar 85% penduduk Indonesia adalah muslim. Pada umumnya masyarakat muslim Indonesia melaksanakan umroh menuju Masjidil Haram di Arab Saudi melalui travel umroh atau sebuah perusahaan travel atau biro perjalanan yang khusus menyelenggarakan jasa perjalanan umroh yang banyak tersebar di Indonesia. Pada umumnya biro perjalanan umroh menetapkan beberapa paket umroh dan yang paling minimal adalah 9 hari perjalanan dari Indonesia ke Arab Saudi dan kembali ke Indonesia lagi.

Berdasarkan peraturan Menteri Agama tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang No. 13 Tahun 2008 berbunyi “Penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh adalah rangkaian kegiatan perjalanan Ibadah Umrah di luar musim haji yang meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan Jemaah, yang dilaksanakan oleh pemerintah dan atau penyelenggara perjalanan ibadah umrah”. Dan pasal 3 berbunyi “penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah bertujuan memberikan

pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah, sehingga jamaah dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan syariat”.¹

Umrah adalah berkunjung ke Baitullah (Ka`bah) dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Pelaksanaan ibadah umrah terbatas pada, ibadah ihram di Miqat, Thowaf, Sa`I anatara Shofa dan Marwah dan bercukur. Sering disebut pula dengan “Haji Kecil”. Untuk menjalankan haji hanya dibatasi waktu tertentu. Yakni pada 8-12 Dzulhijjah.²

Faktor yang dapat mempengaruhi permintaan yang erat kaitannya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah harga. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan sebagai kombinasi produk dan jasa. Ini dapat dijelaskan bahwa harga suatu barang sangat tergantung pada jumlah barang atau jasa yang dibeli konsumen. Biasanya berlaku hukum, bila harga naik maka konsumen membeli sedikit, tetapi kalau harga murah maka konsumen membeli lebih banyak. Sebaliknya, permintaan konsumen terhadap produk dapat pula mempengaruhi harga. Jika permintaan konsumen besar, maka harga akan naik, sebaliknya jika permintaan konsumen rendah maka harga beranjak turun. Demikian pula halnya kalau persediaan banyak harga akan turun.³

Demi kelancaran dalam pelaksanaan ibadah umrah , maka dibutuhkan pelayanan jasa yang memberikan manajemen pelaksanaan serta peraturan kebijakan yang di mulai sejak pendaftaran jamaah, peembiayaan, menyiapkan akomodasi penginapan dan makanan untuk jamaah, pelunasan biaya,

¹ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh

² Darwin Zainuddin, Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah-Madinah,(Medan: Perdana Publishing, 2015), h. 9

³ Oka A. Yoeti.Tours And Travel Marketing, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2001), hlm.225

© 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.

menyiapkan transportasi, pelaksanaan bimbingan dan manasik, pengelompokan jamaah, pengumpulan dokumen-dokumen dan paspor, menyiapkan visa dan sumber daya pendukung serta pelaksanaan operasional yang telah di terapkan. Tujuannya tidak lain adalah untuk memberikan kepuasan kepada para jamaah haji dan umrah dengan rasa aman, nyaman dan terpercaya.⁴

Semakin banyak travel haji dan umrah yang ikut mengurus pelaksanaan haji dan umrah, menimbulkan persaingan antara satu dengan yang lainnya, sehingga membuat para jamaah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan disegala bidang, sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa menuai hasil yang memuaskan. Dalam pelayanan yang dilakukan oleh lembaga biro jasa travel ibadah haji dan umrah harus mampu melakukan konsep yang tepat disegala aspek. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan para jamaah yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada pengelola (travel) yang bersangkutan. Bila pelayanan atau jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa diterima rendah dari yang diharapkan, maka dipersepsikan buruk.

Loyalitas adalah bukti dari emosi yang mentrasformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu hubungan. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, perekendasian dan proporsi pembelanjaan yang meningkat. Hermawan Kartajaya (2003) menyatakan bahwa loyalitas

⁴ Noviani, "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2023). h. 2

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 manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, men-support mendapatkan rasa aman dan membangun ketertarikan serta menciptakan *emotional attachment*.⁵

Tabel 1. 1
Daftar Harga Paket Umrah

No	Jenis-jenis Paket Umrah	Paket Umrah	Harga
1.	Paket Umrah Hemat	12 Hari	Rp. 26.500.000
2.	Paket Umrah Reguler	12 Hari	Rp. 30.500.000
3.	Paket Umrah Premium	12 Hari	Rp. 33.500.000
4.	Paket Umrah Plus Turkey	12 Hari	Rp. 35.000.000

Sumber : Data Olahan 2024

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa PT Istana Tour Dan Travel menyediakan empat pilihan paket umrah dengan variasi harga yang berkisar antara Rp 26.500.000 hingga Rp 35.000.000. Dengan adanya perbedaan harga tersebut, calon jamaah dapat menentukan pilihan paket umrah yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.

Dalam upaya peningkatan kepercayaan jamaah, PT Istana Tour Dan Travel terus berkomitmen menjaga kualitas pelayanan, memberikan penawaran harga yang kompetitif, serta menunjukkan loyalitas melalui pendekatan langsung kepada masyarakat. Strategi ini diwujudkan melalui pemasangan spanduk dan banner di berbagai wilayah.

Selain variasi harga paket umrah, jumlah jamaah yang menggunakan jasa travel juga menjadi indikator penting dalam menilai tingkat permintaan jasa umrah pada suatu perusahaan. Perubahan jumlah jamaah dari tahun ke tahun dapat mencerminkan sejauh mana strategi perusahaan dalam

⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017). h. 216

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.

menetapkan harga, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menjaga loyalitas jamaah telah berjalan secara efektif. Data jumlah jamaah ini diperlukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai perkembangan permintaan jasa umrah di PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru, sehingga dapat dianalisis kecenderungan peningkatan maupun penurunan permintaan dari waktu ke waktu.

Tabel 1. 2
Jumlah Jamaah PT Istana Tour Dan Travel Pekanbaru

Tahun	Jumlah Jamaah Umrah
2019	67 Jamaah
2020	77 Jamaah
2022	45 Jamaah
2023	88 Jamaah
2024	106 Jamaah

Sumber : PT Istana Tour Dan Travel

Berdasarkan data pada Tabel 1.2, terlihat bahwa jumlah jamaah PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019 hingga 2020 terjadi peningkatan jumlah jamaah, namun pada tahun 2022 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, tingkat kepercayaan masyarakat, serta persaingan antar biro perjalanan umrah. Selanjutnya, pada tahun 2023 hingga 2024 jumlah jamaah kembali mengalami peningkatan yang cukup pesat, yang menunjukkan adanya perbaikan dalam strategi perusahaan.

Peningkatan jumlah jamaah tersebut mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga, kualitas pelayanan yang diberikan, serta upaya perusahaan dalam menjaga loyalitas jamaah mulai memberikan dampak 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.

permintaan jasa umrah. Namun demikian, fluktuasi jumlah jamaah yang terjadi menunjukkan bahwa PT Istana Tour Dan Travel tetap perlu melakukan evaluasi secara berkelanjutan agar mampu mempertahankan dan meningkatkan permintaan jasa umrah di tengah persaingan industri travel umrah yang semakin ketat.

Kesimpulannya, dalam persaingan industri travel yang semakin ketat dan meningkatnya kewaspadaan jamaah terhadap layanan umrah, banyaknya agen travel umrah lain dengan penawaran harga, fasilitas, dan pelayanan yang kompetitif menjadi tantangan tersendiri bagi PT Istana Tour Dan Travel. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi apakah harga, kualitas pelayanan, serta loyalitas dalam menjaga kepercayaan jamaah sudah cukup kuat untuk menghadapi persaingan ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka cukup menjadi alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TERHADAP PERMINTAAN JASA UMROH DI PT ISTANA TOUR DAN TRAVEL KOTA PEKANBARU”

Batasan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan dalam latar belakang untuk memudahkan dalam pembahasan agar tidak terlalu meluas dan tepat sasaran yang akan dibahas, maka penelitian ini hanya membatasi pada tiga variable independent dan satu variable dependen.

Variable independent terdiri dari harga yang diterapkan oleh PT. Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru (X1), tingkat pelayanan (X2) dan loyalitas (X3) terhadap permintaan jasa umrah Di Istana Tour and Travel (Y) sebagai variabel dependen.

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

1. Apakah harga paket umrah berpengaruh secara persial terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour and Travel?
2. Apakah tingkat pelayanan berpengaruh secara persial terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour and Travel?
3. Apakah loyalitas berpengaruh secara persial terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour and Travel?
4. Apakah harga paket umrah, tingkat pelayanan dan loyalitas secara simultan berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour and Travel?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Untuk mengetahui harga paket umrah berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour and Travel?

2. Untuk mengetahui tingkat pelayanan berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel?
3. Untuk mengetahui loyalitas berpengaruh terhadap permintaan jasa di PT Istana Tour dan Travel?
4. Untuk mengetahui harga paket umrah, tingkat pelayanan dan loyalitas secara simultan berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel?

E. Manfaat Penelitian

Pengkajian dari permasalahan ini diharapkan mempunyai nilai tambah, baik bagi pembaca terlebih lagi bagi penulis sendiri, baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara umum, kegunaan penelitian yang dilakukan ini dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu:

1. Manfaat Teoritis yaitu untuk memberikan referensi dan informasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya dengan topik yang sama serta menjadi bahan studi dan literatur tambahan terhadap penelitian yang sudah ada.
2. Manfaat Praktis yaitu untuk memperluas wawasan serta memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi penulis dengan melihat dan menganalisis keadaan yang sebenarnya di lapangan, dan memberikan masukan (kontribusi) bagi seluruh perusahaan travel umrah mengenai hal-hal yang mempengaruhi permintaan.

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

LANDASAN TEORI

A. Teori Permintaan

1. Defenisi Permintaan

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditi (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan. Dalam praktiknya permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah.⁶

- 1) Harga barang itu sendiri
- 2) Harga barang-barang lain (merupakan harga subsitusi atau barang komplementer)
- 3) Pendapatan rata-rata masyarakat
- 4) Selera masyarakat
- 5) Jumlah penduduk
- 6) Ramalan keadaan di masa mendatang

Sifat perkaitan antara permintaan terhadap suatu barang dan harganya tersebut juga dijelaskan dalam hukum permintaan. Hukum permintaan tersebut pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang berbunyi “Jika harga suatu barang turun, maka permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah, sebaliknya jika harga suatu barang naik,

⁶ Sugiarto dkk, Ekonomi Mikro, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 34

maka permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang". (asumsi ceteris paribus/ hal-hal lain di anggap tetap). Jadi antara harga barang dengan permintaan tersebut mempunyai sifat hubungan yang berlawanan arah (negative). Hal demikian sangat logis karena apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain sebagai penggantinya yang harganya tidak mengalami kenaikan, atau jika pendapatan nominal konsumen tetap sementara harga barang naik, maka pendapatan rill konsumen tersebut menurun. Akibatnya konsumen tersebut akan mengurangi permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya apabila harga barang turun, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang lain dan menambah pembelian terhadap barang yang harganya mengalami penurunan tersebut.⁷

Keinginan seseorang akan suatu barang dan jasa merupakan permintaan, seseorang menginginkan atau bahkan membutuhkan sesuatu yang diukur dalam seberapa besar pula kesanggupannya untuk memiliki barang atau jasa tersebut. Barang dan jasa ditawarkan pada berbagai tingkat harga. Karena itu berbicara mengenai permintaan berarti ada hubungan antara harga satuan komoditas (barang- jasa) yang mau dibayar pembeli dengan jumlah komoditas tersebut dapat tersusun dalam suatu daftar permintaan, jumlah yang diminta mengenai barang tertentu merupakan fungsi dari harga barang tersebut, harga barang lain, pendapatan, selera, kemakmuran, dan produk lain.

⁷ Nuraini ida, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2016), h. 11.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - 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. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi permintaan adalah.⁸

1) Pendapatan

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan: barang inferior barang essensial, barang normal dan barang mewah.

Barang inferior, adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan mengantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya.

Barang esensial, adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan (beras,

⁸ Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994), h. 80.

kopi dan gula) dan pakaian yang utama. Perbelanjaan seperti ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

Barang *normal*, sesuatu barang yang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Beberapa contohnya adalah pakaian, sepatu. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli bertambah.

Barang *Mewah*, jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relative tinggi termasuk dalam golongan ini. Emas, intan, mobil dan beberapa contoh barang mewah lainnya. biasanya barang-barang tersebut dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian dan rumah.

2) Harga Barang-barang Terkait

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli (P), harga barang pengganti (*price of substitution product*) maupun harga pelengkap (*price of complementary product*). Konsumen akan membatasi pembelian jumlah barang yang diinginkan apabila harga barang terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembeliannya kepada barang pengganti (barang substitusi) 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.

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.

lebih murah harganya. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak barang utamanya, bila permintaan barang utama meningkat, maka permintaan akan barang penggantinya akan menurun dan sebaliknya. Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga golongan:

- a) Barang lain merupakan barang pengganti.

Suatu barang dinamakan sebagai barang pengganti kepada barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti bertambah murah maka, barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaannya.

- b) Barang lain merupakan barang pelengkap

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lainnya tersebut. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu berjalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya.

- c) Barang lain merupakan barang netral.

Permintaan terhadap beras dan terhadap buku tulis tidak mempunyai hubungan sama sekali. Maksudnya, perubahan permintaan dengan harga beras tidak akan mempengaruhi permintaan buku tulis dan begitu pula sebaliknya. Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang rapat maka perubahan terhadap permintaan barang lainnya, barang seperti itu dinamakan barang netral.

- 3) Cita Rasa atau Selera Masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Pada tahun 1960-an sedikit sekali orang yang suka menggunakan mobil-mobil buatan jepang. Tetapi semenjak tahun 1970- an suasannya sudah sangat berubah. Di berbagai negara di dunia didapati mobil buatan jepang semakin popular dan banyak digunakan orang. Akibatnya, permintaan terhadap mobil-mobil buatan Amerika dan Eropa sangat merosot.

- 4) Ekspetasi

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk

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.

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.

15

membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang

5) Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

3. Indikator permintaan

Indikator permintaan adalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan, mengukur jumlah produk atau unit jasa yang terjual dalam periode waktu tertentu. Volume penjualan yang tinggi menunjukkan permintaan yang kuat untuk produk tersebut.
2. Tingkat harga, harga produk dapat menjadi indikator permintaan harga yang lebih tinggi dengan tetap tingginya volume penjualan menunjukkan permintaan yang kuat.
3. Pendapatan konsumen, tingkat pendapatan konsumen memenuhi daya beli mereka. Pendapatan yang lebih tinggi biasanya meningkatkan permintaan barang dan jasa.

4. Tren pasar, analisis tren dalam data historis penjualan dapat membantu mengidentifikasi pola permintaan musiman atau siklus dalam pasar.
5. Selera konsumen, perubahan dalam preferensi atau selera konsumen dalam sebuah produk tertentu dapat memenuhi permintaan.
6. Ekspektasi, harapan konsumen terhadap perubahan harga di masa depan atau ketersediaan produk dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka saat ini.

4. Permintaan menurut perspektif ekonomi islam

Teori Permintaan dalam ekonomi Islam tidak semata untuk memenuhi kebutuhan (needs) manusia tetapi dalam rangka untuk memenuhi kelangsungan hidup dan bukan berlebih-lebihan, bermewah-mewahan, dan bersombong-sombong.

Dalam Islam permintaan dikaitkan dengan kebutuhan dan kebutuhan ditentukan oleh konsep muslahat. Kebutuhan berbeda dengan keinginan karena kebutuhan dituntut oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya. Berbeda dengan keinginan yang relatif tidak terbatas. Menurut Islam, seorang yang berkonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya dalam kehidupan. Hal ini merupakan dasar dan

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.

tujuan dari syariat Islam sendiri, yaitu maslahat al-ibad (kesejahteraan hakiki bagi manusia).⁹

Umroh

1. Defenisi Umroh

Secara Bahasa umroh dalam bahasa arab maknanya adalah berkunjung. Ada juga yang mengatakan maknanya adalah menyengaja. Adapun umroh secara istilah syar`I adalah Umroh menurut istilah syar`I adalah menyengaja (mendatangi) ka`bah untuk melaksanakan ritual ibadah (tahwaf dan sa`i).¹⁰

Untuk memperkuat defenisi diatas di dalam Al-Qur`an Al Karim, ada ayat yang menjadi dasar persyariatan ibadah umroh, misalnya ayat-ayat berikut ini:

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ أَعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطْوِفَ بِهِمَا¹¹

Artinya: “Sesungguhnya Shafaa dan marwa adalah sebagian dari syiar-syiar Allah. Maka siapa yang beribadah haji ke Baitullah atau berumroh, tidak ada dosa baginya mengerjakan sa`I antara keduanya” (QS. Al Baqarah: 158)

2. Rukun Umroh

Di dalam kitab Taqrir karya Imam Abu Syuja disebutkan sebagai berikut: “Rukun Umroh ada 4: Ihram, Thawaf, Sa`I, Mencukur rambut.

⁹ Indri dkk, Prisip-prinsip Ekonomi Islam, (Jakarta : Indonesia, 2008), Cet. Ke 1, hal 97.

¹⁰ Ajib Muhammad, *Fiqih Umroh*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing,2019), h. 7.

Adapun rukun-rukun umroh adalah:

- 1) Ihram Dari Miqat
- 2) Thawaf
- 3) Sa`I
- 4) Mencukur Rambut
- 5) Tertib Rukun

Teori Harga

1. Defenisi Harga

Harga adalah nilai barang dan jasa yang dinyatakan dengan jumlah uang tertentu. Barang dan jasa tersebut mempunyai harga bila barang dan jasa itu mempunyai nilai dan guna. Di samping berguna dan bernilai, barang tersebut juga terbatas adanya (langka). Semakin berguna dan semakin langka, maka harga barang itu semakin mahal. Berguna tetapi tidak langka membuat harga barang itu relative tidak mahal. Apalagi jika barang itu tidak berguna dan langka maka barang itu tidak berharga.

Terbentuknya harga dikarenakan ada dua pihak, yaitu pihak yang memiliki dan bersedia untuk menawarkannya serta pihak yang memerlukan dan bersedia untuk memintaanya. Dalam dunia yang menganut perekonomian yang bebas, harga merupakan factor penting dalam perekonomian. Dalam Bahasa teori ekonomi, harga terbentuk karena adanya interaksi antara permintaan dan penawaran, jika permintaan lebih banyak dari pada suplai maka harga barang 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.

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.

akan meningkat. Demikian, sebaliknya jika permintaan lebih kecil dibandingkan suplai maka harga barang akan turun. Berkembangnya teori harga ini tidak dapat dilepaskan dengan perkembangan tentang uang. Di samping menciptakan mekanisme pertukaran, harga juga berfungsi.¹¹

- 1) Mengadakan keseimbangan antara kebutuhan dengan alat pemus yang diminta.
- 2) Dengan adanya harga maka manusia mau tidak mau akan membatasi kebutuhannya sesuai dengan kemampuannya dalam membayar harga barang dan jasa tersebut. Jadi, harga akan bertugas “*to cut off demand*”
- 3) Harga juga membagi alat produksi pada berbagai kemungkinan pemakaian alat-alat produksi akan dipakai pada sector yang betul-betul dapat menguntungkan dibandingkan dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan alat-alat tersebut.
- 4) Harga juga merupakan pembentuk pendapatan berupa upah, Bunga modal serta pendapatan pengusaha dan pemilik sumber.
- 5) Penentuan Harga merupakan bagian dari produk. Penentuan harga diartikan sebagai penentuan suatu harga umum untuk suatu barang atau jasa oleh suatu kelompok pemasok yang bekerja secara bersama-sama, sebagai kebalikan atas pemasok yang menetapkan harganya sendiri secara bebas. Dapat disimpulkan bahwa,

¹¹ Sigit Sardjono, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), h.

63.

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.

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

penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab banyaknya permintaan barang atau produk yang ditawarkan. Penentuan harga juga harus sejalan dengan tujuan dari perusahaan, berikut tujuan dari penentuan harga:

- a) Untuk bertahan hidup, jika tujuan bisnis dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup maka penentuan harga akan dilakukan semurah mungkin. Dengan tujuan agar barang yang ditawarkan dipasaran laku dengan harga yg murah namun masih memiliki keuntungan.
- b) Untuk memaksimalkan laba, melakukan strategi penetapan harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga penjualan meningkat serta laba juga akan meningkat
- c) Untuk memperbesar market share, tujuan penetapan harga adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pembeli. Menetapkan harga yang relatif murah diharapkan akan memperbesar jumlah pembeli dan dapat menarik minat pembeli perusahaan pesaing.
- d) Mutu produk, untuk memberikan kesan bahwa produk barang dan jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih baik dari kualitas perusahaan pesaing. Pada dasarnya harga yang ditetapkan tinggi memiliki anggapan bahwa produk barang dan jasa tersebut memiliki kualitas yang baik sehingga produk yang

lebih tinggi dibandingkan harga produk pesaing dinilai masih wajar

- e) Karena pesaing, strategi penetapan harga produk dilakukan setelah melihat harga dari para pesaing, ini memiliki tujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibanding harga yang diberikan pesaing. Artinya, dapat melebihi atau lebih rendah dibanding harga produk yang sama dari para pesaing.

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung dalam hasil berdagang. Tingkat harga yang ditetapkan memengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang dijual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produk. Oleh karena itu, penetapan harga memengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan yang sangat penting.¹²

2. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Penetapan harga yang dilakukan perusahaan harus memperhatikan tujuan penetapan harga itu sendiri. Karena tujuan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menetapkan harga.¹³

¹² Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia, 2018), h. 28.

¹³ Imsar, Laporan Penelitian: “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan*” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,2016), h. 27.

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.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi harga-harga yang sudah ditetapkan, tidak terkecuali pada harga-harga yang ditetapkan oleh suatu biro perjalanan wisata yang operasi kegiatannya cukup kompleks, seperti:

1) Tujuan Perusahaan (*Corporate Goals*)

Suatu perusahaan selalu berusaha untuk memperoleh keuntungan dari bisnis yang digelutinya. Untuk memperoleh keuntungan yang berarti, perusahaan harus meningkatkan penjualan. Disini berlaku “ hukum rata-rata” antara keuntungan dan penjualan yang mengatakan: “semakin banyak barang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan barang akan dijual. Sebaliknya, semakin sedikit penawaran, maka akan semakin sedikit barang yang akan terjual”. Oleh karena itu, agar penjualan dapat ditingkatkan maka pangsa pasar perlu diperluas. Untuk memperluas pangsa pasar digunakan strategi harga dan taktik agar menang dalam persaingan.

2) Tujuan Pemasaran (*Marketing Goals*)

Tujuan pemasaran adalah mencapai target yang ditentukan, antara menetapkan sasaran perusahaan, beberapa keuntungan akan dicapai, berapa tingkat penjualan diharapkan, sehingga pencapaian target pemasaran ini dapat merealisir apa yang diinginkan oleh perusahaan. Tujuan perusahaan pencapaiannya sangat bergantung pada tujuan pemasaran. Bila pemasaran tidak berhasil, maka tujuan

perusahaan tidak akan dapat direalisir seperti yang direncanakan. Satu hal yang harus diperhatikan adalah tujuan itu harus dapat diukur dan dapat dikendalikan oleh manajemen. Dalam industry perjalanan seperti biro perjalanan wisata, tujuan pemasaran mungkin ingin meningkatkan pangsa dalam waktu singkat, karenanya perlu diambil kebijakan untuk menurunkan harga sehingga produk dapat diserap oleh konsumen.

3) Kebutuhan dan Keinginan Target Pasar

Salah satu yang sering mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian adalah kondisi perekonomian normal maka biasanya bagi konsumen soal harga sangat bergantung pada kebutuhan. Bila barang itu dibutuhkan, sepanjang harganya wajar maka konsumen akan membelinya, apalagi kalau barang itu sesuai dengan keinginan konsumen. Tetapi kalau keadaan ekonomi menuju pada resesi misalnya inflasi, maka konsumen cenderung sangat peka terhadap harga dalam melakukan pembelian. Perusahaan yang selalu berorientasi pada pasar harus mempertimbangkan kondisi perekonomian dalam menetapkan harga produknya. Seperti, harga merupakan indicator bagi konsumen terhadap kualitas barang, apalagi bagi konsumen yang memperhatikan prestise.

Disinilah pentingnya kita memperhatikan *customer buying behavior* bila kita hendak menyesuaikan kebutuhan dan keinginan

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.

24

konsumen dengan harga yang kita tetapkan. Itulah sebabnya, perusahaan yang selalu berorientasi pada pasar selalu menetapkan suatu harga dengan memperhatikan respon konsumen terhadap kebutuhan dan keinginannya.

4) Pengaruh *Supply and Demand* Terhadap Harga

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi harga yang erat kaitannya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah product supply and demand. Ini dapat dijelaskan bahwa harga suatu barang sangat bergantung pada jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen. Biasanya berlaku hukum, bila harga naik maka konsumen akan membeli barang lebih banyak. Sebaliknya, permintaan konsumen terhadap produk dapat pula mempengaruhi harga. Jika permintaan konsumen besar, maka harga juga akan melonjak, sebaliknya jika permintaan konsumen rendah maka harga-harga beranjak turun. Demikian pula halnya kalau persedian banyak harga akan turun

5) *Pricing Strategis*

Sebagaimana kita ketahui, suatu biro perjalanan wisata perlu menetapkan harga-harga terhadap produk dan jasa yang ditawarkannya kepada orang banyak. Tiap produk yang ditawarkan mempunyai harga tertentu, oleh karena itu suatu biro perjalanan wisata perlu menyusun suatu daftar tarif yang dapat berlaku untuk jangka waktu tertentu, apakah selama 6 bulan atau 12 bulan 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.

25

biasa juga disebut sebagai published price yang disusun beberapa bulan sebelum masa berlakunya.

6) Bauran Harga (*Price Mix*)

Bauran harga atau *price mix* biasanya digunakan oleh suatu Travel Agent yang memfokuskan pelayanannya sebagai Travel Providers yang secara actual menyediakan Travel Service. Sebagaimana perusahaan manufaktur, produsen travel services sebenarnya bebas menetapkan strategi dan taktik harga yang diinginkannya, sepanjang harga yang ditetapkan itu tidak bertentangan dengan peraturan yang berlaku. *Price mix* dianggap penting hal ini karena untuk mengantisipasi customer mix yang bermacam-macam pula kebutuhan, keinginan dan daya belinya. Dengan demikian, permintaan pangsa pasar tertentu dapat dilayani dan tidak lari pada Travel Agent lain.¹⁴

Harga yang ditetapkan tentunya harga yang standard dan sesuai dengan kualitas produknya, karena harga yang tinggi dengan keinginan mengambil keuntungan yang besar sangat mempengaruhi terhadap konsumen, hal ini juga tidak sesuai dengan ajaran agama karena Allah SWT berfirma dala Al-quran surat Albaqarah ayat 168: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah*

¹⁴ Oka A. Yoeti. *Tours and Travel Marketing*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2001), h. 252-259.

syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Ibnu Abbas mengatakan bahwa ayat ini turun mengenai suatu kaum yang terdiri dari Bani Saqif, Bani Amir bin Sa'sa'ah, Khuza'ah dan Bani Mudli. Mereka mengharamkan menurut kemauan mereka sendiri, memakan beberapa jenis binatang seperti bahirah yaitu unta betina yang telah beranak lima kali dan anak kelima itu jantan, lalu dibelah telinganya; dan wasilah yaitu domba yang beranak dua ekor, satu jantan dan satu betina lalu anak yang jantan tidak boleh dimakan dan harus diserahkan kepada berhala.

Padahal Allah tidak mengharamkan memakan jenis binatang itu Berdasarkan uraian ayat sebagaimana di atas maka jelaslah bahwa dalam Islam dalam jual beli perlu mempertimbangkan aturan ajaran agama Islam dan tidak menggunakan selera, nafsu yang dapat mengakibatkan keburukan bagi manusia. Dalam menetapkan harga tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya larena hal tersebut hukumnya haram.

3. Indikator Harga

Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen. Harga yang terjangkau dapat menjadi senjata ampuh dalam menghadapi persaingan di pasar, Karena harga menjadi

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.

manfaat atribut yang paling diperhatikan ketika menghadapi pasar yang sensitive terhadap harga.

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu konsumen akan melihat terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berpikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah dibeli.
- 3) Daya saing harga, yaitu harga yang ditawarkan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberi oleh produsen lain, pada satu jenis atau berbeda jenis produk yang sama. Kesanggupan dan kemampuan untuk bersaing dengan harga untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara usaha yang sama harus mampu bersaing dengan harga karena daya saing itu bersifat relatif karena untuk menentukan dan menemukan perbandingan harga.

Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu berarti bahwa pengorbanan yang diberikan melalui pembayaran dalam suatu moneter atau finansial, konsumen mengharapkan untuk mencapai nilai yang maksimum atau sesuai dengan pengorbanan yang diberikan.

4. Harga menurut perspektif ekonomi islam

Titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keladaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satul pihak.

Landasan hukum Islam yang telldiri dari ayat AlQur'an dan Al-Hadits Nabi SAW.telah memberikan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penetapan harga Firman Allah SWT dalam :

1) Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِيَنْكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ 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 di antara kamul. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."¹⁵

Dalam Surah pada ayat ini, berbicara tentang bagaimana manusia beriman mengelolah harta sesuai dengan keridaan Allah. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah sekali-kali kamu saling memakan atau memperoleh harta di antara sesamamu yang kamu perlukan dalam hidup dengan jalan yang batil, yakni jalan tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntunan syariat, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam pelrdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat.

2) Q.S Al-Baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَاءَيْتُمْ بِدِيْنِ إِلَى أَجْلٍ مُسَمَّى فَإِكْتُبُوهُ وَلْيَكُنْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلِمَ اللَّهُ فَلْيَكُنْ كَاتِبٌ وَلِيُمْلِلُ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيُبَيِّقِ اللَّهُ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شِيَّئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِعَ أَنْ يُمْلِلَ هُوَ فَلِيُمْلِلْ وَلِيُهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا

¹⁵ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, Q.S An-Nisa ayat

رَجُلٌ فَرَجْلٌ وَامْرَأٌ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضْلَلَ أَحْدَهُمَا
فَتَذَكَّرَ أَحْدَهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ
تَكْثُرُوا صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ ۝ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ
لِلشُّهَدَاءِ وَأَدْنَى الْأَنْ تَرْتَبُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُ وَنَهَا
بِيَنْكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ إِلَّا تَكْثُرُوهَا وَأَشْهُدُوا إِذَا تَبَأْيَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ
كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ هَٰ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَانْفَوْا اللَّهُ وَيُعْلَمُ كُمْ
اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيهِمْ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermul’ amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhultang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia belrtakwa kelpada Allah Tulhannya, dan janganlah ia melngulrangi seldikitpuln daripada hultangnya. Jika yang belrhultang itu orang yang lelmah akalnya ataul lelmah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampul mengimlakkan, maka helndaklah walinya mengimlakkan delngan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki diantaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempulan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat mengulatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu, (Tulislah mu`amalahmu itu), kecuali jika mu`amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli dan janganlah penulis dan saksi saling sulit-menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah mengajarmu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”¹⁶

Dalam susunan ayat ini, didahulukan menyebut sifat "adil" dari pada sifat "berimul", adalah karena sifat adil lebih utama bagi selorang juru tulis. Banyak orang yang berilmu, tetapi mereka tidak

¹⁶ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, Q.S Al-Baqarah ayat 282

adil karena itul, diragukan kebelnaran petunjuk dan nasihat yang diberikannya. Orang yang adil sekalipun, ilmunya kurang dapat diharapkan dari padanya nasihat dan petunjuk yang benar dan tidak memihak.¹⁷

D. Kualitas Pelayanan

A. Defenisi Kualitas Pelayanan

Kualiat pelayanan terdiri dari dua kata yaitu kualitas dan pelayanan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kualitas berarti baik buruk suatu benda, atau keadaan suatu benda.

Pelayanan sering disebut sebagai jasa yang diberikan oleh perusahaan, artinya bahwa ada suatu perbuatan yang dilakukan suatu pihak lain. Menurut Sugianto, pelayanan adalah usahsssssa maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga terdapat kepuasan.¹⁸

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk dan kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang bersinambungan, baik sebagai pimpinan pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Kualitas yang baik akan sangat membantu dalam

¹⁷ Siti Mujiatun, ‘Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna’, Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, 13.02 (2013), (h.207)

¹⁸ Noviani, “Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro.” h.17

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.

rangka mempertahankan jamaah. Sebagaimana telah dikatakan diatas, ketika konsumen sudah tidak puas dengan suatu jenis produk ia akan sulit untuk dibina kembali dan ketidakpuasan yang dialaminya akan disampaikan kepadan jamaah yang lainnya.¹⁹

B. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa dimensi menurut kualitas pelayanan.²⁰

1) Berwujud (*tangible*)

Defenisi berwujud yaitu Penampilan Fasilitas secara fisik, peralatan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya)

2) Kehandalan (*reliability*)

Kehandalan adalah Kemampuan perusahaan untuk memberikan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi yang tinggi

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

¹⁹ Listi Wahyu Ningsi et al., “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Paket Umroh Terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah : Studi Pada PT . Al-Hijaz Kota Bengkulu*” 4, no. 3 (2025): 5491–5503.

²⁰ Sukesi and Hadi, “*Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service PT Auto 2000 Di Surabaya,*” Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis 3, no. 2 (2012): 171–82.

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.

Ketanggapan atau daya tanggap adalah Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan

4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan yaitu Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) Empati (*empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami kebutuhan pelanggan. Dimana suata perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan mengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

C. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pelanggan. Beberapa faktor tersebut yaitu:²¹

1) Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motifasi kerja yang tinggi maka ia akan menampilkan performasi kerjanya yang terbaik yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

2) Sistem kerja dan sistem pelayanan di perusahaan tersebut

Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, dinamis, dan fleksibel akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

3) Suasana kerja di perusahaan

Suasana kerja yang kondusif dan nyaman diperlukan untuk mendukung karyawan dalam melayani pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas

4) Kemampuan kerja karyawan

Kemampuan kerja adalah kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan fisik. Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

²¹ Noviani, "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro." h. 23

5) Lingkungan fisik tempat kerja

Lingkungan fisik meliputi suhu , temperatur, peralatan kerja, keleluasaan ruang kerja yang mendukung dan membuat nyaman karyawan dalam bekerja akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

6) Perlengkapan dan kualitas

Perlengkapan dan kualitas yang lengkap dapat mendukung pelayanan yang di berikan kepada pelanggan.

7) Prosedur kerja di perusahaan tersebut

Prosedur kerja merupakan rangkaian urutan tata kerja yang telah ditetapkan untuk melaksanakan tugas dengan menggunakan metode kerja yang terencana, jelas, dan mudah dipahami. Prosedur kerja yang tidak membebani para karyawannya mendukung karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

D. kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi islam

Islam mengajarkan pada umatnya untuk memberikan segala sesuatu yang baik dan terdapat manfaat didalamnya. Dalam pandangan prespektif Islam kualitas pelayanan adalah usaha dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang terbaik, memuaskan dan berkualitas.

Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dapat menjalin silaturahmi antar sesama yakni perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik bukan hanya semata-mata untuk melakukan bisnis atau mendapatkan keuntungan diantara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen saja, namun menyelaraskan hubungan hablum minaallah mencari dan mendapatkan keridhaan Allah dalam melakukan pekerjaan tersebut.. Hal tersebut terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 267:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّفُوْرَا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْتَ لَكُمْ مِنْ أَلْأَرْضِنَ وَلَا تَنْمِمُوا الْخَيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِالْخِزْنِيَّ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi unuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji."²²

²² Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, Q.S Al-Baqarah ayat 267

Kualitas pelayanan terdapat juga konsep tersebut dalam prespektif Islam yaitu Amanah dan Sidiq (Kepercayaan dan jujur, Muraqabah (Pengawasan), dan Muhasabah (Introspeksi). Dalam hal ini yang menjadi pembentuk inti kualitas pelayanan dalam konsep Islam yakni:

- 1) Shidiq (Jujur) Yakin keselarasan antara berita atau peristiwa yang terjadi dengan fakta yang diberitakan dalam bentuk substansi (tidak menambahkan atau mengurangi fakta yang ada). Kejujuran sebagai dasar dari apa yang diucapkan, keyakinan dan perbutan yang sesuai dengan ajaran Islam. 36 Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُهُودِ أَحْلَتْ لَكُمْ بِهِمْمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلِي
عَلَيْكُمْ غَيْرُ مُحِلٍّ الصَّيْدُ وَإِنْتُمْ حُرُّونَ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu, (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakiNya".²³

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia harus memenuhi aqad atau perjanjian menjadi hamba yang setia terhadap Allah. Hal ini juga sependapat bila seseorang melakukan aqad atau perjanjian dalam memberikan pelayanan, harus memberikan sesuai dengan peraturan dalam memberikan pelayanan. Dalam Islam sendiri bersikap jujur disemua hal sangat perlu dan penting dilakukan. Termasuk dalam

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.

²³ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema , QS Al-Maidah ayat 1

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.

memberikan pelayanan harus bersikap jujur terhadap pelanggan atau konsumen, hal ini sesuai dengan sifat Rasulullah yang tidak pernah berbohong (Al-Kadzib) dalam segala aspek. Hal tersebut akan fatal akibatnya jika tidak bersikap jujur dalam memberikan pelayanan, pelanggan atau konsumen akan tidak percaya kembali dengan pelayanan yang diberikan dan mereka tidak akan memakai jasa pelayanan tersebut.

2) Fathonah (Profesional) adalah sikap bekerja keras, tekun, dan maksimal juga bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaan tersebut. Sikap profesionalisme dalam bekerja selaras dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 84:

فَلْ كُلُّ يَعْمَلَ عَلَى شَاكِنَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ آهْدِي سِبِّيلًا

Artinya: "Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalan-Nya.Termauk dalam pengertian Keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya"²⁴

Dalam ayat diatas menjelaskan bahwa, manusia harus menjalankan dan melakukan pekerja sesuai dengan kemampuan dan profesi agar dapat menghasilkan sebuah hasil yang maksimal dan berkualitas. Sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang menguasai bidang tersebut agar meminimalisir terdapat permasalahan dikemudian hari dan juga dapat memberikan rasa percaya dan aman menggunakan jasa pelayanan dari perusahaan tersebut. Disamping itu

²⁴ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, Q.S Al-Isra' ayat 84

juga untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas dalam melakukan bisnis atau pekerjaan tersebut juga harus menyeimbangkan dengan tetap menjalankan apa yang sudah ditentukan oleh agama Islam.

3) Tablíqh (Kesopanan dan keramahan) Tablígh disini mempunyi arti yakni mudah menjalin komunikasi (komunikatif) dan argumentatif. Memberikan kesan sopan dan ramah terhadap pelanggan atau konsumen dapat memberikan nilai lebih atas pelayanan yang diberikan. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman surat Thaha ayat 44:

فَقُولَا لَهُمْ قَوْلًا لَّيْنًا لَّعِلَّهُمْ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Artinya:" Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".²⁵

Penjelasan dari ayat diatas bahwa dalam berkata kepada siapapun seharusnya berbicara dengan lemah lumbut dan sopan. Dalam hal ini, setiap karyawan harus mempunyai sikap komunikatif terhadap pelanggan atau konsumen agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik. Bersikap sopan santun, lemah lembut dan penuh rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya merupakan suatu hal yang penting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memenuhi harapan dari pelanggan atau konsumen 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.

²⁵ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema Q.S Thaha ayat 44

4) Amanah (Dapat dipercaya) Yakni suatu sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya dalam setiap pekerjaan yang dilakukannya. Dalam hal ini amanah adalah menepai janji dengan keterbukaan kejujuran, pelayanan yang maksimal, berkualitas dan yang terbaik. Sifat ini penting dimiliki oleh setiap orang, terlebih lagi mereka yang pekerjaannya berhubungan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.²⁶ Didalam AlQuran dijelaskan bahwa jika seorang mendapatkan amanah harus menyampaikan amanah tersebut dengan jujur, hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَاٰ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ إِنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ يُعْلَمُ بِمَا يَعْصِمُكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaikbaiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”²⁷

Ayat diatas menjelaskan tentang bahwa setiap manusia harus bersikap amanah dalam menyampaikan pesan. Dalam Islam anjuran bersikap amanah penting dilakukan tidak hanya dalam menyampaikan pesan atau dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.

Dengan demikian memberikan pelayanan yang berkualitas dan terbaik kepada pelanggan atau konsumen sangat dianjurkan dalam

²⁶ M. Nur Rianto Al-Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, 27

²⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, Q.S An-Nisa' ayat 58

Islam. Sikap ini penting dilakukan di semua aspek kehidupan bukan hanya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.

Loyalitas

1. Definisi Loyalitas

Terdapat banyak pengertian loyalitas konsumen, namun hanya beberapa pendapat yang relevan dengan kondisi saat ini untuk memahami loyalitas konsumen. Lovelock dan wright menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan konsumen untuk sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Blomqvist et. al. menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah seorang konsumen yang memiliki periode yang panjang menyewa atau memperkerjakan suatu perusahaan untuk memuaskan segala macam kebutuhan mereka dengan produk-pruduk atau layanan-layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.²⁸

Loyalitas merupakan sesuatu yang diharapkan perusahaan dari konsumennya, sebab strategi pemasaran yang sukses di dukung oleh konsumen yang setia. Loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tapi menjadi sangat sulit ketika dianalisis maknanya.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan

²⁸ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta 2017), h. 214

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.

usahaanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.²⁹

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan sikap yang mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang menggunakan perasaan sesuai yang diinginkan dan membeli secara terus-menerus dengan sikap yang konsisten sesuai produk yang di butuhkan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu sebagai berikut:

1) Nilai

Nilai dan penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarah pada loyalitas. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus bertanggung jawab untuk menjaga merek tersebut.

2) Citra

Citra dari perusahaan dan merek diawali kesadaran. Produk yang memiliki citra yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

²⁹ Osana Ferda, "Pengaruh Perceived Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Jamaah Emrah," *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.

- 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) Kenyamanan

Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan suatu produk.

4) Kepuasan

Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk atau merek yang dikonsumsi akan memiliki keinginan untuk membeli ulang produk atau merek tersebut. Keinginan yang kuat dapat dibuktikan dengan selalu membeli produk atau merek yang sama, yang akan mewujudkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek.

5) Pelayanan

Pelayanan dengan kualitas baik yang ditawarkan oleh suatu merek dapat memengaruhi loyalitas konsumen pada produk.

6) Garansi

Garansi dan jaminan yang diberikan oleh merek akan membuat konsumen bersikap loyal.

3. Indikator loyalitas

Indikator dari loyalitas yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian ulang, setelah melakukan pembelian pelanggan tidak sadar melakukan pembelian ulang. Bila pembeli merasa puas maka akan mungkin pembeli melakukan pembelian kembali komitmen tersebut merupakan sikap yang paling penting bagi loyalitas bahkan lebih penting dari 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. Merekendasikan kepada orang lain, biasanya setelah konsumen membeli ulang produk tersebut, konsumen tanpa sadar merekomendasikan/memberitahukan produk yang dipakainya itu mempunyai kepuasan tersendiri.
3. Kesediaaan pembayar lebih tinggi, konsumen yang sudah melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain produk yang dipakainya, konsumen tersebut bersedia membayar lebih tinggi untuk produk yang ia pakai.
4. Dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.
5. Konsumen yang loyalitas tidak akan berpindah kepada produk lainnya.

4. Loyalitas dalam perspektif ekonomi islam

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain adalah bentuk dari kecintaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan.³⁰ Loyalitas adalah perilaku yang murni muncul dari bentuk pelanggan sehingga tidak bisa dipaksakan. Sebagaimana umat islam yang beriman, mereka mengakui hakikat iman dan hakikat agama tanpa ada dusta. Hal inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Rabbnya. Sebagaimana firman Allah al-hujurat ayat 15:

³⁰ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001)

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَأُوا وَجَاهُدُوا بِأَمْوَالِهِمْ
وَأَنفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.³¹

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan, yang mana jika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau merek maka ia akan menjadi loyal tak peduli dengan harga produk tersebut. Salah satu faktor yang berpotensi dalam menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang bertahan lama (loyal) adalah mereka tidak begitu sensitif terhadap harga. Hal tersebut dikarenakan, loyalitas adalah karakter psikologis yang terbentuk dari kepuasan pelanggan serta ikatan emosional yang terbentuk dari kualitas pelayanan, yang mengarah pada perasaan atau keadaan yang konsisten pada suatu pilihan, acuan dan kelebihan.

Loyalitas menurut pandangan syariah disebut dengan AlWala” yang artinya menolong, mencintai, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep Al-Wala” atau loyalitas menurut syariah merupakan kepatuhan yang mutlak kepada Allah SWT dalam menjalankan prinsip syariah sepenuhnya. Loyalitas nasabah dalam Islam dapat terjadi apabila kegiatan muamalah dapat memberi keuntungan antara kedua

³¹ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema , Qs al-hujurat ayat 15

belah pihak, karena dapat terpenuhinya kewajiban dan hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.

Berwala atau loyalitas dalam Islam artinya mengikuti Allah, Rasul, dan orang saleh dan beriman dalam satu tujuan, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surah Ali-Imran ayat 28 sebagai berikut :

لَا يَتَّخِذُ الْمُؤْمِنُونَ كُفَّارًا أَوْ لِيَاءً مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلُ ذَلِكَ فَلَيَسْ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَقَوَّلُ مِنْهُمْ نُفَرَّةٌ وَيُحَذَّرُ كُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya : "Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pandangan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa) – Nya dan hanya kepada Allah kembali (mu)".³²

Dari ayat di atas dapat dijelaskan tentang loyalitas atau al-wala" bahwa loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi kruntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama Islam. Selain itu, pada masa sekarang sudah banyak lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah dalam segala kegiatannya. Hal tersebut dapat mempermudah kaum muslim untuk memberikan pilihan loyalitas kepada lembaga keuangan syariah daripada lembaga keuangan konvensional. Di sisi lain, seorang mukmin tidak loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam

³² Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema, QS. AliImran ayat 28

hal ini, berarti kita tidak boleh diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang mendekatkan riba.

A. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Kerangka Teoritis

No	Penulis/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Osana Ferda, (2024) ³³	Pengaruh Perceived Value dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah Pada PT Niat Suci Kebaitullah Pekanbaru	Menggunakan variabel yang sama yaitu kepercayaan dan loyalitas	Perbedaan pada penelitian yang dilakukan penulis adalah pada variabel dan objek penelitian, pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan 3 variabel sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan 4 variabel, dan objek pada penelitian terdahulu pada PT Niat Suci Kebaitullah Pekanbaru sedangkan penelitian ini pada PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru
2.	Noviani, (2023) ³⁴	Pengaruh Harga, Kualitas	Memiliki persamaan	Memiliki perbedaan pada

³³ Osana Ferda, "Pengaruh Perceived Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah," *Ayān* 15, no. 1 (2024): 37–48.

³⁴ Noviani, "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro." h.17

© 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.

	Pelayanan Dan fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT Salma Amanah Wisata Kota Metro	variabel pada X1 dan X2 yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan	variabel X3 dan Y yaitu fasilitas terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mempunyai variabel X3 dan Y loyalitas terhadap kepercayaan. Serta memiliki objek yang berbeda, penelitian sebelumnya pada PT Salma Amanah Wisata Kota Metro sedangkan penelitian ini pada PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru	
3.	Sariyawa, (2020) ³⁵	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Umrah Pada PT Silver Silk Tour & Travel di Pekanbaru	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah memiliki variabel harga	Pada penelitian terdahulu terdapat 2 variabel sedangkan pada penelitian ini memiliki 4 variabel. Dan memiliki objek yang berbeda, penelitian terdahulu pada PT Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru sedangkan penelitian ini

³⁵ Sariyawan : “*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Umrah Pada PT Silver Silk Tour & Travel di Pekanbaru*” (Pekanbaru: Universitas Islam Riau,2020), h. 27.

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 PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru
4.	Fitizah Zaharah, (2021) ³⁶	Pengaruh Harga Paket Umrah, Inflasi, Kurs Rupiah Pada Dolar Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di Kota Medan (studi kasus PT Siar Haramain International Wisata)	Terdapat persamaan pada variabel harga dan permintaan	Pada penelitian terdahulu memiliki variabel inflasi dan kurs sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan loyalitas. Perbedaan selanjutnya adalah pada objek, penelitian terdahulu menggunakan objek pada kota medan sedangkan penelitian ini pada PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru

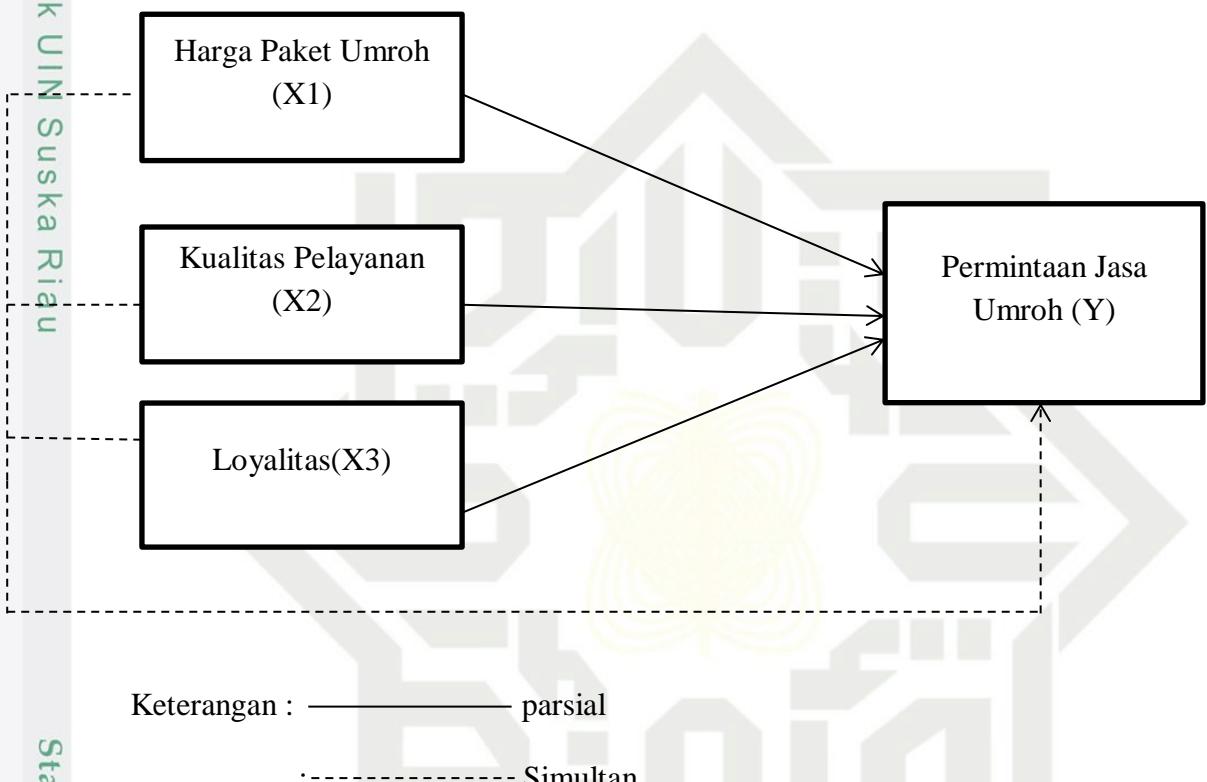
Kerangka Pemikiran

Kerangka teori membahas mengenai bagaimana alur logika berjalannya variabel dalam sebuah penelitian. Maka kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan permintaan umroh dengan harga paket umroh, kualitas pelayanan dengan permintaan umroh, loyalitas dengan

³⁶ Fatizah Zaharah : “*Pengaruh Harga Paket Umrah, Inflasi, Kurs Rupiah Pada Dolar Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di Kota Medan (studi kasus PT Siar Haramain International Wisata)*” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,2022),h.20

permintaan umroh. Hal ini dapat digambarkan melalui susunan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.1
Kerangka Teoritis**



Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat

- 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.

50

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah, sebelum jawaban yang empiris.³⁷

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh harga paket umroh terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel

$H01 = \text{Harga Paket umroh tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru}$

$Ha1 = \text{Harga Paket Umroh berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Touar dan Travel}$

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel

$H02 = \text{Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel}$

$Ha2 = \text{Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istan Tour dan Travel}$

3. Pengaruh loyalitas terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel

$H03 = \text{loyalitas tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour and Travel}$

³⁷ Sugiyono, Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)(Bandung: Alfabeta, 2016), h.64

Ha3 = loyalitas berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel

4. Pengaruh harga paket umroh, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour and Travel

H04 = harga paket umroh, kualitas pelayanan, dan loyalitas tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour and Travel

Ha4 = harga paket umroh, kualitas pelayanan, dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tout and Travel 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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada positivisme, yang digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di tetapkan sebelumnya.³⁸

Penelitian ini untuk mendeskripsikan gambaran pengaruh dari harga paket umroh, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel dengan cara memberikan deskripsi variabel independent berupa harga paket umroh, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap variabel dependen berupa permintaan jasa umroh di PT Istana Tour Dan Travel.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menurut Iskandar adalah situasi dan kondisi lingkungan dan tempat yang berkaitan dengan masalah penelitian.³⁹ Dalam penelitian ini penulis memilih PT Istana Tour Dan Travel yang sudah berizin resmi Di Kota Pekanbaru. Alasan peneliti melakukan penelitian di sini karena

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta,2019). h. 13

³⁹ Fuazi Arif Lubis, Disertasi: “*Preferensi Masyarakat Al-Washliyah Terhadap Asuransi Syariah Di Sumatra Utara*” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2020), h.126.

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.

perusahaan tersebut merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang aktif dan memiliki jumlah jamaah yang cukup stabil serta cenderung meningkat. Selain itu, PT Istana Tour and Travel menyediakan variasi paket umrah dengan perbedaan harga dan kualitas pelayanan, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umrah. Ketersediaan data dan kemudahan akses penelitian juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi penelitian ini.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data basis atau data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya. Berupa data yang bersumberlangsung dari PT Istana Tour and Travel Kota Pekanbaru. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain dengan melakukan observasi, wawancara, serta menyebarkan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah disusun dan diproses oleh entitas lainnya. Berupa data yang di peroleh dari buku-buku, dokumen serta literature yang relavan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

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.

D. Subjek dan Objek Penelitian**1. Subjek penelitian**

Sabjek penelitian terkait erat dengan sumber data penelitian.

Subjek ini menunjukkan pada pihak atau objek yang memiliki permasalahan yang akan diteliti dan berperan sebagai sumber data dalam proses penelitian.⁴⁰ Sabjek penelitian ini adalah perusahaan dan jamaah umrah PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru.

2. Objek Penelitian

Subjek penelitian menunjukkan pada masalah atau topik yang menjadi fokus utama dalam kajian penelitian.⁴¹ Objek penelitian ini adalah pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah cara menghimpun barang keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang terjadi objek pengamatan.⁴²

⁴⁰ Khairuddin Abdullah, et.al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), h.60

⁴¹ Khairuddin Abdullah, et.al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), h.60

⁴² Djaai, Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Garsindo,2019), h. 95.

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 penelitian ini peneliti melakukan observasi pada jamaah umrah dan PT Istana Tour Dan Travel.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan.⁴³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner model tertutup dengan skala likert. Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya momentual dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Telaah dokumentasi juga penting untuk menemukan data (informasi) yang diperlukan dalam penelitian. Meskipun data (informasi) yang didapat dari telaah dokumentasi ini klarifikasinya bukan data primer, tetapi masuk dalam klarifikas data skunder, namun masih punya arti penting.⁴⁴ Dan yang menjadi dokumentasi penelitian ini adalah data

⁴³ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.182

⁴⁴ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2015), h.255

jumlah jamaah umrah, struktur organisasi, logo perusahaan, dan poster harga paket umrah.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁵ Populasi dari penelitian ini mencakup seluruh jamaah umrah yang telah menggunakan jasa travel umrah di PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru, yang berjumlah 383 jamaah dari tahun 2019 sampai 2024.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁴⁶ Dalam penelitian dengan populasi yang besar, pengambilan data akan menjadi lebih sulit, sehingga diperlukan metode pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat dan dapat mewakili atau *representative* dengan penentuan jumlah sampel, dimana

⁴⁵ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2018), h. 105.

⁴⁶ Bi Rahmani, Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU PRESS,2016), h.34.

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.

penentuan jumlah sampel peneliti dapat dilakukan dengan menggunakan rumus slovin yang dirumuskan sebagai berikut:⁴⁷

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan dalam mengambil sampel 0.01 atau 10%

Berdasarkan rumusan yang diperoleh jumlah (n) untuk beberapa banyak jumlah sampel dalam penelitian sebagai berikut:

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

$$n = \frac{383}{1+383(0,1)^2}$$

$$n = \frac{383}{1+383(0,01)}$$

$$n = \frac{383}{4,83}$$

$$n = 79,29 \text{ dibulatkan} = 79$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas, jika jumlah populasi 383 maka diperoleh ukuran sampel sebesar 79,29 atau 79 orang sampel penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data adalah proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini bertujuan untuk membuat karakteristik data lebih mudah

⁴⁷ Slamet Riyanto Dan Aglia Andhita, *Metode dan Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Depublish, 2020), h.12

dipahami dan di mengerti. Terutama yang berkaitan dengan penelitian.⁴⁸ Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan bantuan Microsoft Excel serta aplikasi SPSS 25.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dimana uji ini mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dapat menjalankan fungsinya.⁴⁹

Uji validitas dapat dilakukan dengan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (dr) = n-2 dimana n merupakan jumlah sampel. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi r tabel product moment, dengan kriteria pengujian:

- 1) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka item pernyataan di katakana valid
- 2) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka item pernyataan di katakana tidak valid

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur ketika digunakan berulang kali dalam

⁴⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, Cet.1 (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021). h.37

⁴⁹ Slamet Widodo et al., *Metodologi Penelitian*, Cv Science Techno Direct, Cet. perta (Kendari: Cv Science Techno Direct, 2023). h. 53

kondisi yang sama.⁵⁰ Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai alpha cronbach dengan 0,60, kriteria pengujian adalah:

- 1) Jika $\alpha \geq 0,60$ maka reabilitas/handal
- 2) Jika $\alpha \leq 0,60$ maka tidak reabilitas/tidak handal

2. Uji Asumsi Klasik

Pengukuran uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikoloniaritas, dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah data variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) menyebar secara normal atau tidak. Normalitas data dapat dilihat melalui grafik P-plot of Regression. Jika data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka data menunjukkan pola distribusi normal.⁵¹

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikoloniaritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya variabel bebas yang saling berkaitan terlalu kuat satu sama lain.⁵² Ada tidaknya gejala multikoloniaritas pada model regresi linear berganda dapat di deteksi dengan menggunakan tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Pada umumnya jika $VIF \geq 10$ atau Toleransi (Tolerance) ≤ 10 maka terjadi multikoloniaritas, dan sebaliknya jika $VIF \leq 10$ atau tolerance ≥ 10 maka tidak terjadi multikoloniaritas.

⁵⁰ Slamet Widodo et al., *Metodologi Penelitian*, Cv Science Techno Direct, Cet. perta (Kendari: Cv Science Techno Direct, 2023). h. 60

⁵¹ Sahrir, *Metodologi Penelitian*. h. 69

⁵² Sahrir, *Metodologi Penelitian*. h. 69

- 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.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas melihat apakah kesalahan (eror) dalam model regresi menyebar secara merta atau tidak.⁵³ Untuk menentukan apakah pada suatu model penelitian terjadi heterokedastisitas dapat dilakukan uji dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat dengan variabel bebas. Dasar Analisisnya adalah:

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

3. Pengujian Hipotesis**a. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah analisis statistic yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).⁵⁴

⁵³ Sahir, *Metodologi Penelitian*. h. 69

⁵⁴ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, Cet. 1 (Jember: Mandala Press, 2021). h. 62

Dengan rumus:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Permintaan jasa umrah)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

x_1 = Harga

x_2 = Kualitas pelayanan

x_3 = Loyalitas

e = Standar eror

b. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis adalah dugaan sementara untuk mengetahui kebenaran maka diperlukan pengujian terhadap hipotesis yang ada. Hipotesis pada umumnya di uji secara simultan atau keseluruhan dengan cara parsial atau satu persatu, dengan hipotesis sebagai berikut:

1) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁵ Hipotesis yang digunakan dalam penlitian ini adalah:

⁵⁵ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, Cet. 1 (Jember: Mandala Press, 2021). h. 62

$H_0 : t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen

$H_1 : t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat. Pembuktian dengan metode ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel.

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 di terima (H_a di tolak) dan jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima).

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau yang biasa disebut dengan R^2 menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka semakin baik hasil regresi tersebut, dan jika nilai R^2 mendekati 0 berarti variabel-variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen secara signifikan.

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**HASIL DAN PEMBAHASAN****A. Gambaran Umum Perusahaan****1. Sejarah Berdirinya PT Istana Wisata Religi Pekanbaru**

PT. Istana Wisata Religi merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata; Umroh, penjualan tiket pesawat (online) dan perjalanan wisata dalam dan luar negeri. Berlokasi di Kota Pekanbaru tepatnya Jl. Letkol Syarieuddin Syarif (Kassah) No. 32, Tangkerang Tengah, Marpoyan Damai.

PT. Istana Wisata Religi adalah perusahaan yang telah lama berdiri, yang bergerak di bidang penyediaan jasa biro perjalanan wisata, baik untuk individu maupun yang tergabung dalam lembaga tertentu. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat di Pekanbaru serta tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya perjalanan umroh menjadi salah satu dasar didirikannya PT. Istana Wisata Religi berkomitmen untuk memberi pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan jasa pariwisata serta mempermudah masyarakat untuk sampai ke Baitullah.

2. Visi dan Misi PT Istana Wisata Religi Pekanbaru

Adapun Visi dan Misi PT Istana Wisata Religi Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

© 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.

a. Visi

“Menjadi biro penyelenggara umroh dan haji dengan bimbingan ibadah sesuai Al-Qur'an dan Sunnah serta memberikan pelayanan yang terbaik, nyaman dan senantiasa menjadi Perusahaan yang bertanggung jawab.”

b. Misi

- 1) Senantiasa memegang teguh kepada prinsip prinsip ajaran islam dalam semua aspek operasional perusahaan.
- 2) Memiliki sumber daya insani yang bertaqwah, loyal, Amanah dan profesional.
- 3) Inovatif, progresif, dan beretos kerja yang tinggi untuk memberikan pelayanan kepada para jamaah.
- 4) Senantiasa menjadi Perusahaan yang hablumminallah wa hablumminannas.

3. Logo PT Istana Wisata Religi Pekanbaru

Gambar 3. 1
Logo PT Istana Wisata Religi Pekanbaru



4. Struktur Organisasi PT Istana Wisata Religi Pekanbaru

Struktur organisasi adalah sistem yang digunakan untuk menggambarkan suatu organisasi. Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Istana Wisata Religi Pekanbaru.

**Gambar 3. 2
Struktur Organisasi Pt. Istana Wisata Religi**



Sumber: PT Istana Wisata Religi Pekanbaru

Uraian struktur kepemimpinan PT. Istana Wisata Religi Pekanbaru sebagai berikut:

a. Direktur

Direktur adalah seseorang yang memegang posisi kepemimpinan dan bertanggung jawab atas pengelolaan serta pengambilan keputusan di sebuah organisasi, perusahaan, atau lembaga. Seorang direktur memiliki wewenang untuk mengarahkan, mengawasi, dan memastikan bahwa operasional perusahaan berjalan sesuai dengan visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan. Mengawasi aktivitas dewan direktur/jajaran direksi.

- 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.

b. Komisaris

Komisaris adalah pihak yang bertugas mengawasi dan memberikan nasihat kepada direksi dalam mengelola perusahaan. Komisaris tidak terlibat langsung dalam operasional sehari-hari perusahaan, tetapi berperan penting dalam pengawasan dan pengendalian kebijakan strategis perusahaan. Komisaris utama bertanggung jawab untuk memastikan bahwa jajaran direksi beroperasi sesuai dengan hukum dan regulasi yang berlaku di negara tempat perusahaan beroperasi. Komisaris utama juga memastikan agar seluruh keputusan dibuat dengan transparan dan dapat dipertanggung jawabkan.

c. Manager Keuangan

Manager keuangan adalah salah satu posisi keuangan yang bertugas untuk mengatur dan membuat Keputusan finansial serta mengaplikasikannya demi tercapainya tujuan Perusahaan. Ada beberapa tugas manager keuangan sebagai berikut:

- 1) Menyusun perencanaan keuangan Perusahaan;
- 2) Mengoperasikan kebutuhan keuangan Perusahaan;
- 3) Bekerja sama dengan manager divisi lain;
- 4) Membantu pengambilan Keputusan terkait investasi, dan
- 5) Menjadi narahubung Perusahaan pada pasar keuangan.

d. Manager Operasional

Ada beberapa tugas dan kewajiban manager operasional sebagai berikut :

- 1) Mendukung komunikasi dan koordinasi antar departemen;
- 2) Memastikan kualitas produk dan/atau layanan sesuai dengan aturan yang berlaku;
- 3) Mengamati anggaran dan mengelola pengeluaran;
- 4) Melakukan evaluasi alur kerja operasional yang efisien;
- 5) Mengimbangkan strategi operasi perusahaan sesuai dengan tujuan jangka Panjang, dan
- 6) Mengurus perekutan dan pelatihan karyawan

e. Manager Ticketing

Manageir Ticketing adalah orang yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem penjualan tiket di perusahaan. Manager Ticketing memastikan bahwa proses pemesanan dan penjualan tiket berjalan lancar, efisien dan sesuai dengan target perusahaan.

B. Hasil Penelitian

Hasil analisis data penelitian mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umroh Di Pt Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru. Hasil penelitian diperoleh dari 79 responden yang merupakan jamaah umrah PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru, dan analisis data dilakukan menggunakan Applikasi SPSS dengan teknik uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda.

- 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.

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan agar dapat mengetahui seberapa besar kualitas pertanyaan yang dilakukan dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui analisis dalam pearson product correlation antara item dengan skor total. Jadi di uji untuk memastikan bahwa setiap unsur kuesioner mampu merepresentasikan variabel yang hendak diukur secara tepat. Seperti yang di cantumkan dalam Tabel 4.1.

Tabel 4. 1
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Hasil
Harga (X1)	X1P1	0,762	0,251	Valid
	X1P2	0,735	0,251	Valid
	X1P3	0,653	0,251	Valid
	X1P4	0,644	0,251	Valid
	X1P5	0,760	0,251	Valid
	X1P6	0,770	0,251	Valid
	X1P7	0,772	0,251	Valid
	X1P8	0,756	0,251	Valid
	X1P9	0,686	0,251	Valid
	X1P10	0,783	0,251	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2P1	0,630	0,251	Valid
	X2P2	0,720	0,251	Valid
	X2P3	0,777	0,251	Valid
	X2P4	0,677	0,251	Valid
	X2P5	0,735	0,251	Valid
	X2P6	0,628	0,251	Valid
	X2P7	0,683	0,251	Valid
	X2P8	0,721	0,251	Valid
	X2P9	0,693	0,251	Valid
	X2P10	0,708	0,251	Valid
Loyalitas (X3)	X3P1	0,630	0,251	Valid
	X3P2	0,720	0,251	Valid
	X3P3	0,777	0,251	Valid
	X3P4	0,677	0,251	Valid
	X3P5	0,735	0,251	Valid

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.

Permintaan (Y)	X3P6	0,628	0,251	Valid
	X3P7	0,683	0,251	Valid
	X3P8	0,721	0,251	Valid
	X3P9	0,693	0,251	Valid
	X3P10	0,708	0,251	Valid
	YP1	0,679	0,251	Valid
	YP2	0,769	0,251	Valid
	YP3	0,755	0,251	Valid
	YP4	0,665	0,251	Valid
	YP5	0,748	0,251	Valid

Sumber : hasil olahan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25, diketahui bahwa nilai r hitung untuk setiap item berada di atas nilai r tabel ($r_{tabel} = 0,251$; $n = 79$; $\alpha = 0,05$). Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan **valid** dan layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan agar dapat mengetahui alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan hasil yang konsisten. Jadi apabila kuesioner digunakan berulang kali kepada responden dalam kondisi yang sama maka hasilnya tetap stabil. Uji Reliabilitas di lihat dari atau dihitung melalui rumus *Cronbach's Alpha*. Hasil uji dicantumkan dalam tabel 4.2.

**Tabel 4. 2
Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alph	Keterangan
Harga (X1)	0,904	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,881	Reliabel
Loyalitas (X3)	0,900	Reliabel
Permintaan (Y)	0,880	Reliabel

Sumber : hasil olahan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25, diperoleh nilai **Cronbach's Alpha dengan nilai X1(0,904), X2(0,881), X3(0,900), Y(0,880)**. Nilai ini lebih besar dari batas minimum 0,70 yang menunjukkan bahwa kuesioner termasuk dalam kategori **reliabel**. Jadi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk menilai pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berikut Uji dalam SPSS.

**Tabel 4. 3
Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,228	4,458				
	Variabel X1 Harga	,276	,075	,288	3,685	,000	,890 1,123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	,262	,083	,244	3,169	,002	,916 1,092
	Variabel X3 Loyalitas	,536	,071	,566	7,522	,000	,962 1,039

a Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Dari tabel 4.3 dapat di simpulkan bahwan nilai regresi dilihat dari kolom *Unstandarized B* pada tabel *coefficients*. Pada kolom tersebut

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.

menunjukkan nilai konstanta sebesar -3,228 dengan koefisien regresi Harga (X1) = 0,276, Kualitas Pelayanan (X2) = 0,262, dan Loyalitas (X3) = 0,536. Dari hasil tersebut bisa kita rumuskan model regresi berganda untuk penelitian ini, yang akan di interpretasikan. Model persamaanya yaitu:

$$Y = a + b_1 \text{Harga} + b_2 \text{Kualitas Pelayanan} + b_3 \text{Loyalitas} + e$$

$$Y = -3,228 + 0,276X_1 + 0,262X_2 + 0,536X_3 + e$$

Dari hasil di atas maka dapat kita simpulkan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar -3,228 yang menunjukkan jika variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Loyalitas (X3) tidak ada atau 0, maka nilai Permintaan meningkat sebesar -3,228 persen.
- b. Nilai koefisien untuk regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,276 yang bernilai positif menunjukkan bahwa jika Harga meningkat 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Permintaan akan naik sebesar 0,276 persen.
- c. Nilai koefisien untuk regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,262 yang bernilai positif menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan meningkat 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Permintaan akan naik sebesar 0,262 persen.
- d. Nilai koefisien untuk regresi variabel Loyalitas (X3) sebesar 0,536 yang bernilai positif menunjukkan bahwa jika Loyalitas meningkat 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Permintaan akan naik sebesar 0,536 persen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

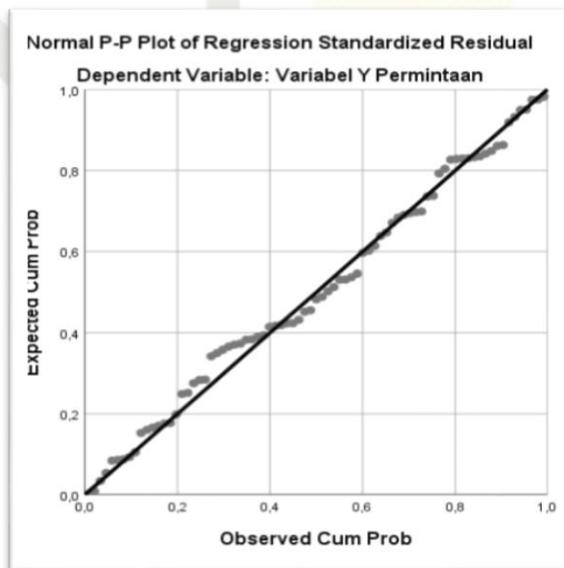
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Uji Model Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residu dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan salah satu syarat penting analisis regresi linier, karena berpengaruh terhadap keakuratan hasil pengujian statistik, khususnya uji t dan uji F. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Normal Probability Plot (Normal P-P Plot) pada terstandarisasi residu.

Tabel 4. 4
Uji Normalitas



Sumber : Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot, dapat diketahui bahwa titik-titik residu menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi normal. Dengan

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.

demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi , sehingga model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian hipotesis dan analisis lanjutan.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Adanya multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan hasil estimasi regresi menjadi tidak stabil dan sulit untuk ditafsirkan dengan tepat. Dalam uji ini, digunakan dua indikator utama, yaitu *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Syarat $>0,10$ atau nilai $VIF < 10$.

Tabel 4. 5
Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,228	4,458		-,724	,471	
	Variabel X1 Harga	,276	,075	,288	3,685	,000	,890 1,123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	,262	,083	,244	3,169	,002	,916 1,092
	Variabel X3 Loyalitas	,536	,071	,566	7,522	,000	,962 1,039

a Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Dari Tabel 4.4 dapat kita tarik kesimpulan bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* pada ketiga variabel independen kecil dari 10 dengan Harga sebesar 1,123, Kualitas Pelayanan sebesar 1,092 dan Loyalitas sebesar sebesar 1,039, selain itu hasil nilai *Tolerance* menunjukkan Di atas 0,10, dengan demikian bahwa tidak ada multikolinearitas yang terjadi.

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. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidakkonsistenan atau perbedaan variansi pada residual dalam model regresi. Pada penelitian ini, pendekripsi gejala heteroskedastisitas dilakukan menggunakan **Uji White**, yaitu metode yang menguji hubungan antara residu kuadrat dengan variabel independen beserta bentuk kuadrat dan interaksinya. Jika model regresi menunjukkan nilai Chi-Square hitung yang lebih kecil dari Chi-Square tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan variansi residual bersifat konstan dalam model regresi.

Tabel 4. 6
Uji White

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,259 ^a	,067	-,054	18,60699

a. Predictors: (Constant), X2X3, X1_Kuadrat, X2_Kuadrat, X3_Kuadrat, Variabel X1 Harga, X1X2, Variabel X3 Loyalitas, X1X3, Variabel X2 Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: U2T

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Pada Gambar 4.3 hasil Uji White diperoleh nilai R Square sebesar 0,067. Dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden maka nilai Chi-Square hitung diperoleh sebesar 5,293. Nilai tersebut lebih kecil dari tabel Chi-Square sebesar 15,507 pada derajat kebebasan 8 dan taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

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.

model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Artinya, varians residual pada model yang menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umroh adalah konstan atau homogen. Oleh karena itu, model regresi dinilai layak dan memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (Uji Parsial) dilakukan agar kita dapat melihat pengaruh yang terjadi antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut ialah hasil yang di peroleh dari proses pengujian data menggunakan SPSS 25:

**Tabel 4. 7
Uji t (Parsial)**

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,228	4,458	-.724	,471		
	Variabel X1 Harga	,276	,075	,288	,685	,000	,890 1,123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	,262	,083	,244	3,169	,002	,916 1,092
	Variabel X3 Loyalitas	,536	,071	,566	7,522	,000	,962 1,039

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Nilai t tabel = 1,992 (df = 75; $\alpha = 0,05$).

- 1) Pengaruh Harga (X1) terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai thitung sebesar 3,685

dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena nilai thitung $>$ ttabel ($3,685 > 1,992$), maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1)

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.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan (Y) .

Dengan demikian, hipotesis pertama diterima .

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Pendapatan (Y)

Hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar 3,169 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,169 > 1,992$) , maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap regresi (Y) . Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima .

3) Pengaruh Loyalitas (X3) terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai thitung sebesar 7,522 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,522 > 1,992$) , maka dapat disimpulkan bahwa Loyalitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan (Y) . Variabel Loyalitas merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kuesioner karena memiliki nilai t hitung terbesar. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f (Uji Simultan) dilakukan agar kita dapat melihat pengaruh yang terjadi antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut ialah hasil yang di peroleh dari proses pengujian data menggunakan SPSS 25:

**Tabel 4. 8
Uji f (Uji Simultan)**

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1340,270	3	446,757	36,192
	Residual	925,806	75	12,344	
	Total	2266,076	78		

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan
b. Predictors: (Constant), Variabel X3 Loyalitas, Variabel X2 Kualitas Pelayanan, Variabel X1 Harga

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Dari tabel 4.6 dapat menunjukkan hasil Uji f (Uji Simultan) pada uji ANOVA atau uji f, nilai f hitung sebesar 36,192 dengan f tabel 2,73 yang berarti $36,192 > 2,73$ dan tingkat signifikansinya $0,00 < 0,05$ dapat kita simpulkan bahwa Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) Dan Loyalitas (X3) berpengaruh secara bersamaan atau secara simultan Terhadap Permintaan Jasa Umroh Di Pt Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan agar kita dapat melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Berikut ialah hasil yang di peroleh dari proses pengujian data menggunakan SPSS 25.

Tabel 4. 9
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,591	,575	3,513

a. Predictors: (Constant), Variabel X3 Loyalitas, Variabel X2 Kualitas Pelayanan, Variabel X1 Harga
b. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Dari tabel 4.7 dapat kita simpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,575. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebesar **57,5% perubahan pada variabel Permintaan** dapat diterangkan melalui variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas. Sementara itu, **42,5% sisanya disebabkan oleh variabel lain** yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa **model regresi memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap variabel dependen.**

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil uji yang telah dilakukan, maka bisa dijelaskan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Loyalitas (X3) secara parsial terhadap Permintaan (Y)

a. Pengaruh Harga (X1) secara parsial terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Harga memiliki nilai thitung sebesar 3,685 dengan tingkat signifikansi 0,000 , yang lebih kecil dari

- 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.

0,05 . Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Jasa Umroh di PT Istana Tour and Travel Kota Pekanbaru . Artinya, penetapan harga paket umroh yang sesuai dengan kemampuan dan persepsi jamaah mampu meningkatkan permintaan jasa umroh.

Temuan ini menunjukkan bahwa jamaah mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang tersedia dengan fasilitas dan layanan yang diterima. Harga yang dianggap wajar dan kompetitif akan mendorong calon jamaah untuk menggunakan jasa PT Istana Tour and Travel Kota Pekanbaru. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial terhadap Permintaan (Y).

b. Pengaruh Harga (X2) secara parsial terhadap Permintaan (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai thitung sebesar 3,169 dengan tingkat signifikansi 0,002, yang lebih kecil dari 0,05 . Dengan demikian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Jasa Umroh di PT Istana Tour and Travel Kota Pekanbaru .

Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan, mulai dari proses pendaftaran, pemberangkatan, bimbingan ibadah, hingga pelayanan selama pelaksanaan umroh, berperan penting dalam meningkatkan permintaan jasa umroh. Pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas dan kepercayaan jamaah, sehingga mendorong peningkatan peningkatan.

c. Pengaruh Loyalitas (X3) secara parsial terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Loyalitas memiliki nilai thitung sebesar 7,522 dengan tingkat signifikansi 0,000 , yang menunjukkan bahwa Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Jasa Umroh di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru . Nilai t hitung yang paling besar dibandingkan variabel lainnya menunjukkan bahwa Loyalitas merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi permintaan jasa umroh.

Loyalitas jamaah tercermin dari keinginan untuk kembali menggunakan jasa yang sama, direkomendasikan kepada keluarga atau kerabat, serta tidak mudah berpindah ke biro perjalanan lain. Loyalitas yang tinggi akan memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan permintaan jasa umroh di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Loyalitas (X3) secara parsial terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 36,192 dengan tingkat signifikansi 0,000 , yang lebih kecil dari 0,05 serta lebih besar dari F tabel sebesar 2,73 . Hal ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan Jasa Umroh pada PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru .

Hasil ini menunjukkan bahwa permintaan jasa umroh tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari

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.

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.

kombinasi penetapan harga yang tepat, kualitas pelayanan yang baik, dan loyalitas jamaah yang tinggi.

3. Perspektif Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa umroh. Dalam perspektif ekonomi syariah, penetapan harga harus dilakukan secara adil, transparan, dan tidak merugikan jamaah. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa: 29:

يٰأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلَ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تِرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁵⁶

Ayat tersebut menekankan larangan mengambil keuntungan dengan cara manipulatif serta menegaskan prinsip keadilan dalam penetapan harga.

Kualitas pelayanan dalam syariah juga menuntut sikap amanah, jujur, dan profesional. Pelayanan yang baik mencerminkan nilai *ihsan* dan *amanah* yang menjadi dasar dalam hubungan antara biro perjalanan dan jamaah, sesuai dengan perintah Allah dalam QS. Al-Maidah: 1:

يٰأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِذْ أَخْلَصْتُ لَكُمْ بَهِيمَةً الْأَنْعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلٍّ لِ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Sigma Examdia Arkanleema , 2018, QS. An-Nisa: 29

© 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.

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Di halal bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.⁵⁷

Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik merupakan bagian dari penyediaan akad secara amanah. Selain itu, loyalitas jamaah mencerminkan kepercayaan dan kerelaan dalam transaksi (*ridha*), yang menjadi faktor dominan dalam meningkatkan permintaan. Kepercayaan dalam akad dan pelayanan yang jelas menciptakan transaksi yang halal, adil, dan membawa maslahat sesuai prinsip syariah.

Secara simultan, ketiga variabel tersebut konsisten dengan tujuan ekonomi Islam dalam menjaga kemaslahatan dan mencegah kemudaratannya, sehingga peningkatan permintaan jasa umroh tidak hanya didorong oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan sesuai syariat Islam.

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Sigma Examdia Arkanleema, 2018, QS. Al Maidah : 1.

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

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap permintaan jasa umrah di istana tour dan travel kota pekanbaru, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai *t hitung* sebesar 3,685 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin kompetitif dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan permintaan jasa umrah pada perusahaan tersebut.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai *t hitung* sebesar 3,169 dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang prima dan profesional menjadi faktor penentu jamaah dalam memilih jasa travel ini.
3. Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai *t hitung* sebesar 7,522 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa 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.

jamaah terdahulu yang melahirkan loyalitas memiliki dampak nyata terhadap keberlanjutan permintaan jasa.

4. Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah di PT Istana Tour dan Travel Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai *F hitung* sebesar 36,192 dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Selain itu, nilai Adjusted R^2 sebesar 0,575 menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas secara bersama-sama memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap naik turunnya permintaan jasa umrah sebesar 57,5%, sedangkan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Arti dari hasil ini adalah sinergi antara kebijakan harga, keunggulan pelayanan, dan loyalitas jamaah menjadi kunci utama dalam meningkatkan volume permintaan jasa umrah secara nyata.

Saran

1. PT Istana Tour dan Travel hendaknya terus mempertahankan kebijakan harga yang transparan dan kompetitif serta meningkatkan standar pelayanan agar loyalitas jamaah tetap terjaga, mengingat ketiga variabel tersebut terbukti sangat memengaruhi permintaan.
2. Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian atau menambah variabel lain seperti variabel promosi atau digital marketing guna melengkapi temuan dalam penelitian ini.

3. Bagi Masyarakat (Calon Jamaah), Diharapkan para calon jamaah untuk lebih proaktif dalam mencari informasi detail mengenai fasilitas dan kepastian keberangkatan yang ditawarkan, agar biaya yang dikeluarkan sebanding dengan pelayanan yang diterima.

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

Buku

Ajib Muhammad, *Fiqih Umroh*, Jakarta: Rumah Fiqih Publishing,2019.

Azhari Akmal Tarigan, et. Al., Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Medan: La Tansa Press, 2012

Bachrudin Sjaroni dkk, *Ekonomi Mikro*, Sleman: Budi Utama, 2019

Bi Rahmani, Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UINSU PRESS,2016

Dahlia Amelia et al., Metode Penelitian Kuantitatif, Metpen, Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023

Damodar Gujarati, *Ekonometrika Daar Terjemahan Sumarno Zain*. Jakarta:Erlangga, 2003

Darwin Zainuddin, Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah-Madinah, Medan: Perdana Publishing, 2015

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*

Departemen Agama Republik Indonesia, Bimbingan Manasik Haji, Jakarta: Tim Penyusun

Fandy Tjitono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001)

Fuazi Arif Lubis, Disertasi: “*Preferensi Masyarakat Al-Washliyah Terhadap Asuransi Syariah Di Sumatra Utara*”, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,2020

Imsar, Laporan Penelitian: “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan*”, Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,2016

Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, Sigma Exam dia Arkanleema

M Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Sleman: Budi Utama, 2018

M. Nur Rianto Al-Alif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah

- 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.

- Nuraini ida, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2016
- Qoka A. Yoeti.Tours And Travel Marketing, Jakarta: Pradnya Paramita, 2001
- Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta 2017
- Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994
- Sigit Sardjono, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2017
- Sugiarto dkk,Ekonomi Mikro, Jakarta: Raja Grafindo Persada,2005
- Sugiyono, Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Bandung: Alfabeta, 2016
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2003

Jurnal

- Fatizah Zaharah : “*Pengaruh Harga Paket Umrah, Inflasi, Kurs Rupiah Pada Dolar Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di Kota Medan (studi kasus PT Siar Haramain International Wisata)*” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,2022)
- Listi Wahyu Ningsi et al, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Paket Umroh Terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah : Studi Pada PT . Al-Hijaz Kota Bengkulu*” 4, no. 3, 2025.
- Osana Ferda, “*Pengaruh Perceived Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah,*” Ayam 15, no. 1 2024.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh
- Sariyawan : “*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Umrah Pada PT Silver Silk Tour & Travel di Pekanbaru*” (Pekanbaru: Universitas Islam Riau,2020),

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Siti Muhiatun, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istana", Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, 2013

Sukesni and Hadi, "Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service PT Auto 2000 Di Surabaya," Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis 3, no. 2, 2012

Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Guepedia, 2018

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi pendekatan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2018

Wing Wahyu Winarto, *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews, edisi keempat*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2009



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik 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

**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.

Kuesioner Penelitian**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umrah Di PT Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru**

Sehubung dengan hal ini saya sangat mengharapkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : <25 tahun 25–40 tahun 41–55 tahun
 >55 tahun
4. Pendidikan Terakhir : SD/SMP SMA Diploma/Sarjana
 Pascasarjana
5. Pekerjaan : Pegawai Negeri Pegawai Swasta
 Wiraswasta
6. Lainnya.....

Variabel (X1) Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga paket umroh yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang saya terima					
2.	Harga paket umroh terjangkau sesuai kemampuan saya					
3.	Variasi paket harga (hemat, reguler, premium) memudahkan saya memilih					
4.	Harga paket bersaing dengan					

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 milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

5.	biro travel lain						
6.	Harga mencerminkan kualitas pelayanan yang diberikan						
7.	Harga paket umroh transparan tanpa biaya tersembunyi						
8.	Harga reguler menjadi pilihan paling realistik						
9.	Harga paket premium memberikan layanan tambahan yang sesuai						
10.	Harga yang ditawarkan tidak memberatkan jamaah						
	Saya merasa harga paket umroh di PT Istana Tour and Travel lebih menguntungkan dibanding travel lain						

Variabel (X2) Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Fasilitas fisik (kantor, ruang manasik, transportasi) memadai dan nyaman					
2.	Pegawai travel tampil rapi, sopan, dan professional					
3.	Travel menepati janji terkait jadwal keberangkatan					
4.	Informasi paket umroh sesuai dengan kenyataan					
5.	Petugas cepat tanggap dalam membantu jamaah					
6.	Keluhan jamaah ditangani dengan baik					
7.	Travel memberikan jaminan keamanan selama perjalanan					
8.	Pegawai travel menumbuhkan rasa percaya kepada jamaah					
9.	Travel memberikan perhatian khusus pada jamaah dengan kebutuhan khusus (lansia, pemula)					
10.	Travel melayani jamaah dengan ramah dan penuh empati					

Variabel X3 Loyalitas

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS

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

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

1.	Saya bersedia menggunakan kembali jasa PT Istana Tour and Travel						
2.	Saya lebih memilih travel ini dibanding biro umroh lain						
3.	Saya merasa puas sehingga ingin kembali menggunakan jasa travel ini						
4.	Saya akan merekomendasikan travel ini kepada keluarga						
5.	Saya akan menganjurkan teman untuk menggunakan travel ini						
6.	Saya tidak ragu memberikan testimoni positif tentang travel ini						
7.	Saya bersedia membayar lebih tinggi demi kualitas pelayanan yang baik						
8.	Saya percaya harga tinggi sebanding dengan fasilitas yang diberikan						
9.	Saya tetap memilih travel ini meskipun ada promo dari travel lain						
10.	Saya tidak tertarik untuk berpindah ke biro perjalanan umroh lainnya						

Variabel Y Permintaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Banyaknya jamaah yang mendaftar menunjukkan tingginya permintaan					
2.	Harga paket umroh memengaruhi keputusan saya membeli					
3.	Pendapatan saya berpengaruh terhadap pilihan paket umroh					
4.	Minat masyarakat untuk berangkat umroh semakin meningkat					
5.	Selera saya memengaruhi jenis paket yang saya pilih.					
6.	Ekspektasi saya terhadap pelayanan memengaruhi					

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.

7.	keputusan memilih travel ini						
8.	Promosi paket umroh mendorong minat masyarakat untuk mendaftar						
9.	Tren umroh di masyarakat meningkatkan keinginan saya untuk berangkat						
10.	Daya beli jamaah sangat menentukan jumlah pendaftar umroh						
	PT Istana Tour and Travel mampu memenuhi permintaan jamaah 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.

© Hak Cipta**Lampiran 1 Tabulasi Data****Harga X1**

No	X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	TotalX1
1.	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
2.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3.	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
4.	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	27
5.	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
6.	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	33
7.	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
8.	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
9.	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	37
10.	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
11.	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	38
12.	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
13.	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34
14.	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
15.	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	42
16.	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	44
17.	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
18.	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	39
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20.	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	39
21.	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	41
22.	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	44
23.	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	46
24.	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
25.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
26.	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
27.	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
28.	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	42
29.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
30.	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	36
31.	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	31
32.	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
33.	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
34.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
35.	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	39
36.	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
37.	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	39
38.	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	39
39.	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44

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

40.	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	33
41.	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
42.	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41
43.	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
44.	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
45.	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
46.	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	38
47.	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
48.	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	38
49.	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	36
50.	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
51.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
52.	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
53.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54.	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
55.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56.	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	20
57.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
58.	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
59.	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	41
60.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
61.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
62.	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
63.	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	39
64.	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
65.	3	3	4	4	4	2	4	2	4	3	33
66.	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
67.	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
69.	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	36
70.	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	41
71.	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	38
72.	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	26
73.	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
74.	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
75.	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	36
76.	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
77.	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4	38
78.	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	39
79.	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	43

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.

Kualitas Pelayanan X2

No	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10	TotalX2
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
2	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
6	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
7	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
8	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
9	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	38
10	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
11	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	41
12	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
13	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	38
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
15	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	44
16	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
17	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
18	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	41
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	41
21	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
22	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
23	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
24	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
25	4	5	3	3	4	5	4	4	4	3	39
26	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
27	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	36
28	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
29	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	40
30	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	42
31	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	30
32	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	39
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
34	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
35	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	42
36	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
37	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
38	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
39	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
40	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	39
41	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40

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.

© H

42	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	34
43	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
44	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
45	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	46
46	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	45
47	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	36
48	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
49	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	45
50	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
51	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	36
52	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	46
53	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	29
54	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	37
55	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	45
56	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33
57	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
58	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	45
59	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	37
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	44
62	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	46
63	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	37
64	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	37
65	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	34
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	38
68	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36
69	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
70	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
71	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	32
72	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	38
73	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	41
74	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
75	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	35
76	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	45
77	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	38
78	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	39
79	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	31

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.

© Hak Cipta Loyalitas X3

No	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10	TotalX2
1.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
2.	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	36
3.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4.	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
5.	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
6.	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
7.	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
8.	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
9.	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	38
10.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
11.	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	41
12.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
13.	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	38
14.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
15.	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	44
16.	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
17.	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
18.	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	41
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20.	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	41
21.	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
22.	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
23.	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
24.	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	44
25.	4	5	3	3	4	5	4	4	4	3	39
26.	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
27.	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	36
28.	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
29.	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	40
30.	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	42
31.	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	30
32.	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	39
33.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
34.	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
35.	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	42
36.	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
37.	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
38.	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
39.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39

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.

© H

40.	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	39
41.	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
42.	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	34
43.	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
44.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
45.	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	46
46.	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	45
47.	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
48.	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
49.	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	45
50.	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
51.	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	36
52.	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
53.	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	29
54.	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	37
55.	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	45
56.	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	33
57.	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
58.	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
59.	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	37
60.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61.	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	44
62.	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	46
63.	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	37
64.	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
65.	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
66.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67.	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	38
68.	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	36
69.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
70.	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
71.	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	32
72.	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	38
73.	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	41
74.	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
75.	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	35
76.	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	45
77.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
78.	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	39
79.	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	31

Kasim 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.

© HCR**Permintaan Y**

No	X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	TotalX3
1	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	43
2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	41
6	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
7	5	3	4	3	5	5	4	5	4	4	42
8	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44
9	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
10	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
11	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	36
12	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
13	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	44
14	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	47
15	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
16	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
17	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	37
18	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
19	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	31
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
21	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	44
22	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
23	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
24	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	42
25	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	38
26	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
27	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45
28	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	35
29	5	3	3	4	4	3	4	4	2	4	36
30	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
31	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	44
32	3	3	2	4	2	3	3	3	4	2	29
33	4	3	3	3	5	5	3	5	3	4	38
34	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
35	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
36	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	32
37	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
39	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44

**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.

© H	40	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	28
41	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	47
42	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	40
43	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	39
44	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	40
45	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	42
46	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	38
47	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	43
48	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
49	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
50	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	44
51	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	44
52	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
53	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
54	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	33
55	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	39
56	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	37
57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	39
58	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	48
60	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
61	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	44
62	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
63	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	29
64	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	24
65	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
66	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	45
69	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	29
70	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
71	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	43
72	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	35
73	4	4	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	39
74	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
75	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
76	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	47
77	5	4	5	4	4	3	3	5	5	4	5	5	44
78	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	39
79	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42

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 milik

Lampiran 2 Output SPSS

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas Variabel Harga X1

Correlations												Variabel X1 Harga
X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10			
Pearson Correlation	1	.453**	.405**	.348**	.607**	.622**	.528**	.516**	.528**	.553**	.762**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P2	Pearson Correlation	.453**	1	.502**	.500**	.445**	.505**	.451**	.576**	.354**	.589**	.735**
Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P3	Pearson Correlation	.405**	.502**	1	.379**	.402**	.437**	.541**	.433**	.295**	.428**	.653**
Sig. (2-tailed)		.000	.000		.001	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P4	Pearson Correlation	.348**	.500**	.379**	1	.425**	.339**	.461**	.419**	.410**	.457**	.644**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.001		.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P5	Pearson Correlation	.607**	.449**	.402**	.425**	1	.557**	.569**	.446**	.491**	.598**	.760**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P6	Pearson Correlation	.622**	.505**	.437**	.339**	.557**	1	.562**	.573**	.436**	.590**	.770**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P7	Pearson Correlation	.528**	.451**	.541**	.461**	.569**	.562**	1	.544**	.511**	.489**	.772**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P8	Pearson Correlation	.516**	.576**	.433**	.419**	.446**	.573**	.544**	1	.473**	.521**	.756**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P9	Pearson Correlation	.528**	.354**	.295**	.410**	.491**	.436**	.511**	.473**	1	.512**	.686**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.008	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X1P10	Pearson Correlation	.553**	.589**	.428**	.457**	.595**	.590**	.489**	.521**	1	.512**	.783**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Variabel X1 Harga	Pearson Correlation	.762**	.735**	.653**	.644**	.760**	.770**	.772**	.756**	.686**	.783**	1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan X2

Correlations												Variabel X2 Kualitas Pelayanan
X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10			
Pearson Correlation	1	.458**	.454**	.346**	.376**	.343**	.311**	.311**	.383**	.383**	.630**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.001	.002	.005	.005	.001	.001	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P2	Pearson Correlation	.458**	1	.499**	.378**	.527**	.423**	.363**	.494**	.448**	.456**	.720**
Sig. (2-tailed)		.000		.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P3	Pearson Correlation	.454**	.499**	1	.520**	.500**	.437**	.572**	.514**	.394**	.522**	.777**
Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P4	Pearson Correlation	.346**	.378**	.520**	1	.480**	.183	.400**	.433**	.423**	.543**	.677**
Sig. (2-tailed)		.002	.001	.000		.000	.107	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P5	Pearson Correlation	.376**	.527**	.500**	.480**	1	.413**	.432**	.476**	.468**	.465**	.735**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P6	Pearson Correlation	.343**	.423**	.437**	.183	.413**	1	.351**	.463**	.371**	.380**	.628**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.107	.000		.002	.000	.001	.001	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P7	Pearson Correlation	.311**	.363**	.572**	.400**	.432**	.351**	1	.480**	.466**	.417**	.683**
Sig. (2-tailed)		.005	.001	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P8	Pearson Correlation	.311**	.494**	.514**	.433**	.476**	.463**	.480**	1	.485**	.413**	.721**
Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P9	Pearson Correlation	.383**	.448**	.394**	.423**	.466**	.371**	.466**	.485**	1	.356**	.693**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.001	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X2P10	Pearson Correlation	.383**	.456**	.522**	.543**	.465**	.380**	.417**	.413**	.356**	1	.708**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001		.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Variabel X2 Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.630**	.720**	.377**	.677**	.735**	.628**	.683**	.721**	.693**	.708**	1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

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

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

3. Uji Validitas Variabel Loyalitas X3

Correlations											Variabel X3 Loyalitas
	X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	
Pearson Correlation	1	.396**	.499**	.346**	.476**	.415**	.467**	.455**	.396**	.503**	.679**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P2	Pearson Correlation	.396**	1	.589**	.485**	.470**	.515**	.623**	.464**	.501**	.619**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P3	Pearson Correlation	.498**	.580**	1	.367**	.509**	.459**	.565**	.459**	.500**	.523**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P4	Pearson Correlation	.345**	.485**	.367**	1	.377**	.506**	.520**	.409**	.387**	.469**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P5	Pearson Correlation	.476**	.470**	.509**	.377**	1	.537**	.521**	.583**	.369**	.549**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P6	Pearson Correlation	.415**	.515**	.459**	.406**	.537**	1	.462**	.511**	.377**	.447**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P7	Pearson Correlation	.467**	.533**	.565**	.520**	.521**	.462**	1	.442**	.416**	.529**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P8	Pearson Correlation	.455**	.464**	.459**	.409**	.583**	.511**	.442**	1	.292**	.600**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P9	Pearson Correlation	.386**	.501**	.500**	.387**	.369**	.377**	.416**	.292**	1	.457**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.001	.000	.009	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
X3P10	Pearson Correlation	.503**	.619**	.523**	.469**	.549**	.447**	.529**	.609**	.457**	1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Variabel X3 Loyalitas	Pearson Correlation	.679**	.769**	.755**	.665**	.748**	.727**	.750**	.716**	.647**	.788**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

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

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

4. Uji Validitas Variabel Permintaan Y

Correlations											Variabel Y Permintaan
	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10	
Pearson Correlation	1	.387**	.388**	.316**	.350**	.488**	.374**	.569**	.372**	.314**	.654**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.002	.000	.001	.000	.001	.005	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP2	Pearson Correlation	.387**	1	.588**	.440**	.435**	.310**	.388**	.513**	.398**	.500**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP3	Pearson Correlation	.388**	.588**	1	.446**	.311**	.367**	.280**	.494**	.320**	.442**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.001	.012	.000	.004	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP4	Pearson Correlation	.316**	.440**	.446**	1	.428**	.366**	.432**	.437**	.436**	.691**
Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP5	Pearson Correlation	.350**	.435**	.311**	.428**	1	.360**	.406**	.473**	.391**	.501**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.005	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP6	Pearson Correlation	.488**	.310**	.367**	.366**	.360**	1	.380**	.571**	.433**	.377**
Sig. (2-tailed)		.000	.005	.001	.001	.001	.001	.000	.000	.001	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP7	Pearson Correlation	.374**	.386**	.280**	.432**	.406**	.380**	1	.423**	.502**	.401**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.012	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP8	Pearson Correlation	.569**	.513**	.494**	.437**	.473**	.571**	.422**	1	.482**	.540**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP9	Pearson Correlation	.372**	.398**	.320**	.436**	.391**	.433**	.502**	.482**	1	.446**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
YP10	Pearson Correlation	.314**	.500**	.442**	.462**	.501**	.377**	.401**	.540**	.446**	1
Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Variabel Y Permintaan	Pearson Correlation	.664**	.708**	.664**	.691**	.674**	.671**	.658**	.800**	.689**	.721**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

** 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. 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. Uji Reliabilitas Variabel Harga**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	10

6. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	10

7. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	10

8. Uji Reliabilitas Variabel Permintaan**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	10

9. Uji Regresi Linier Berganda**Coefficients^a**

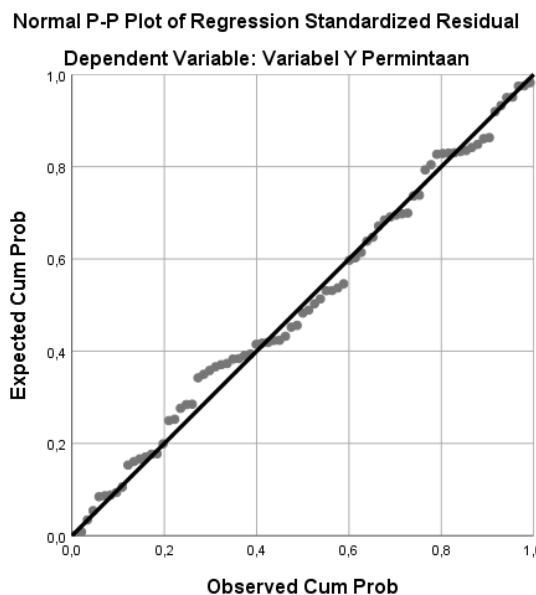
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.228	4.458		-.724	.471		
	Variabel X1 Harga	.276	.075	.288	3.685	.000	.890	1.123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	.262	.083	.244	3.169	.002	.916	1.092
	Variabel X3 Loyalitas	.536	.071	.566	7.522	.000	.962	1.039

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

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. Uji Normalitas



11. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-3.228	4.458		-.724	.471		
	Variabel X1 Harga	.276	.075	.288	3.685	.000	.890	1.123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	.262	.083	.244	3.169	.002	.916	1.092
	Variabel X3 Loyalitas	.536	.071	.566	7.522	.000	.962	1.039

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

12. Uji Heterokedastisitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.259 ^a	.067	-.054	18.60699

a. Predictors: (Constant), X2X3, X1_Kuadrat, X2_Kuadrat, X3_Kuadrat, Variabel X1 Harga, X1X2, Variabel X3 Loyalitas, X1X3, Variabel X2 Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: U2T

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

13. Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3.228	4.458	-.724	.471	
	Variabel X1 Harga	.276	.075	.288	.3.685	.000 .890 1.123
	Variabel X2 Kualitas Pelayanan	.262	.083	.244	3.169	.002 .916 1.092
	Variabel X3 Loyalitas	.536	.071	.566	7.522	.000 .962 1.039

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

14. Uji Simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1340.270	3	446.757	36.192	.000 ^b
	Residual	925.806	75	12.344		
	Total	2266.076	78			

a. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

b. Predictors: (Constant), Variabel X3 Loyalitas, Variabel X2 Kualitas Pelayanan, Variabel X1 Harga

15. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
		R Square	Adjusted R Square		
1	.769 ^a	.591	.575		3.513

a. Predictors: (Constant), Variabel X3 Loyalitas, Variabel X2 Kualitas Pelayanan, Variabel X1 Harga

b. Dependent Variable: Variabel Y Permintaan

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik 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.

DOKUMENTASI PENELITIAN





UIN SUSKA RIAU

© H

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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALITAS TERHADAP PERMINTAAN JASA UMRAH DI ISTANA TOUR DAN TRAVEL KOTA PEKANBARU**", yang ditulis oleh:

NAMA : Tiara
NIM : 12120520555
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin 12 Januari 2026
Waktu : 13.00 WIB s/d selesai
Tempat : Ruang Pengadilan Semu (Gedung belajar Lt.2).

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Januari 2026
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, MM

Sekretaris
Madona Khairunisa, S.E.I., ME.Sy

Penguji I
Dr Jonnus, SE.,MM

Penguji II
Dr Musnawati, SE., M.Ak

Wakil Dekan I
Fakultas Syariah dan Hukum

WAKIL DEKAN I
FATWA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU
Dr. Muhammad Dargis, SH, LL, SH., MH
NIP. 19780227 200801 1 009

Dipindai dengan CamScanner



UIN SUSKA RIAU

© H



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة والقانون

Jl. M.R. Soebrantam No. 155 KM 13 Lubuk Basung - Pekanbaru 28290 Telp/Fax. (071) 5620322
Webpage: fakultashukum.uin-suska.ac.id Email: Louh@fakshukum.uin-suska.ac.id

Nomor : 11880/Un.04/F.IPP.00.9/12/2025
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : Mohon Izin Riset

22 Desember 2025

Kepada Yth.
Pimpinan
Istana Tour dan Travel
Kota Pekanbaru

Aksalamu'alaikum warahmaudlaki wahorokath

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Tiara
NIM : 12120520555
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)

Bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
"Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas terhadap Permintaan Jasa Umrah di
Istana Tour and Travel Kota Pekanbaru"

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan. atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n.Dekan
Wakil Dekan I.



Dr. Muhammad Darwis, S. HI., MH
NIP.19780227 200801 1 009

Tembusan:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BBSE)
Tanda : G7IBMER

Dipindai dengan CamScanner

tan 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

© H



No Hal 020/IWK/IR/001/2025
Lzin Riae

Kepada Yth
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

DI
Tempat
Yang di Rahmati Allah SWT

Amenalmu'alaikum Wa'rohamatullahi Wa'Barrakuh

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Nomor 11880/UIN.D4R/2025, BL M/12/2025 Tanggal 20 Desember 2025 perihal Peninjauan Real atau nama

Nama	TIARA
NIM	1212062050n
Program Studi	EKONOMI SYARIAH
Jenjang	S1
Alamat	PEKANBARU
Judul Penelitian	PENGARUN HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALIT TERHADAP PERMINTAAN JASA UMROH DI ISTANA TOUR DAN TRAVEL KOTA PEKANBARU
Lokasi Penelitian	PT. ISTANA WISATA RELIGI

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya dapat kami setuju sepanjang data yang diminta tidak menyangkut rahasia Perusahaan dan Jabatan Demikian kami bentahukan agar dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 30 Desember 2025
PT. ISTANA WISATA RELIGI


ERWIN BAKHTIAR
Manager Operasional

 Dipindai dengan CamScanner

- 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.