

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JEMAAH
UMROH (STUDI PADA PT. CAHAYA IMANI TOUR & TRAVEL) SLEMAN
YOGYAKARTA 2019**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

**Mahdi Handayani Sidik
NIM 15240004**

Pembimbing:

**Hj. Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
Nip: 19741025 199803 2 001**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-1190/Un.02/DD/PP.05.3/05/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JEMAAH UMROH
(STUDI PADA PT. CAHAYA IMANI TOUR DAN TRAVEL) SLEMAN
YOGYAKARTA 2019**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mahdi Handayani Sidik
NIM/Jurusan : 15240004/MD
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 23 Mei 2019
Nilai Munaqasyah : 90 (A -)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

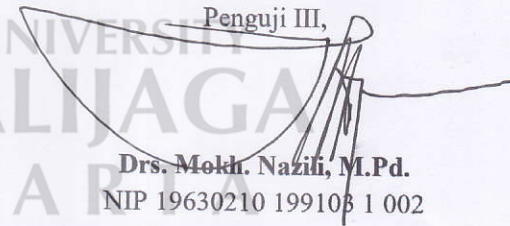

Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag.M.Si.

NIP 19741025 199803 2 001

Penguji II,


Dra. Siti Fatimah, M.Pd.
NIP 19690401 199403 2 002

Penguji III,


Drs. Mohd. Nazili, M.Pd.
NIP 19630210 199103 1 002




Dr. Hj. Nurjannah, M.Si
NIP 19600310 198703 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230

Email : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mahdi Handayani Sidik

NIM : 15240004

Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah

Umrah (Studi Pada PT. Cahaya Imani Tour & Travel Sleman
Yogyakarta 2019)"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial


Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Mengetahui:
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi


Drs. Rosyid Ridla M.Si.
NIP : 19670104 199303 1 003


Hj. Early Maghfirroh Innayati, S.Ag. M.Si
NIP : 19741025 199803 2 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahdi Handayani Sidik
Nim : 15240004
Jurusan : manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah (Studi Pada PT. Cahaya Imani Tour & Travel Sleman Yogyakarta 2019)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain. Kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Yang Menyatakan



Mahdi Handayani Sidik
NIM: 15240004

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamaterku tercinta

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

وَالْعَصْرِ
إِنَّا نَسَاَنَ لَفِي خُسْرٍ
إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ
وَتَوَّاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّاصَوْا بِالصَّبْرِ

“Demi masa. Sungguh, manusia berada dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasehati untuk kebenaran dan saling menasehati untuk kesabaran”

(Al-qur'an, 103:1-3)¹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Departemen Agama republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (jakarta: Direktorat Jendral Bimas Islam dan Urusan Haji, 2012). Hlm 601.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Puji serta syukur peneliti panjatkan kepada kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kupuasaan Jemaah Umrah (Studi Pada PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta 2019). Sholawat serta salam selalu terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, beserta para pengikutnya yang setia.

Setelah melalui berbagai proses akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan diberikan kemudahan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan material dan moral dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs KH. Yudian Wahyudi, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjannah, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta para jajaran Dekanat Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Drs. Rosyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang senang tiasa memberikan do'a dan dukungan.

4. Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd. Selaku pembimbing akademik saya yang selalu memberikan arahan dan membantu saya hingga bisa dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Hj. Early Maghfiroh Innayati, S.Ag ,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran.
6. Bapak dan Ibu dosen program studi Manajemen Dakwah yang telah mencurahkan ilmu serta bimbingan saya dalam perkuliahan.
7. Seluruh staf TU Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya TU Program Studi Manajemen Dakwah.
8. Kepala Direktur, PT. Cahaya Imani yaitu bapak H.Harmoko dan kepada seluruh staf karyawan PT. Cahaya Imani.
9. Orangtua saya Bapak Hadenan dan Ibu Rosmaini yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta do'a dan dukungannya.
10. Abang saya tercinta yang selalu menyemangati saya M.Faisal Nabawi S.pd
11. Adik-adik saya yang paling saya sayang dan cintai Putri Rizki dan Ulfa Manda Sari.
12. Sahabat-sahabatku Paisal Padang, Nur Muhammad al-Ambar, Ravi Ardiansyah, M Tamal Sembiring, Muammar Khadafi, Andre Syahputra, Irham, Ilham, Aldi Rifqillah, Ahmad Rosyid, Zainal Arifin Pohan, Bambang Guntoro, Yuni Apriyanti yang telah memberikan dukungan semangat dan do'a.

13. Sahabat seperjuangan KKN 96 kelompok 287, Fauzi, Rahmat, Rizal, Tufi, Arum, Titak, Ana dan Kiki atas dukungan dan kerjasamanya selama ini dalam senang maupun susah.

14. Untuk Maharani Hasibuan salah satu orang yang tak pernah lelah untuk mengingatkan saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

15. Teman-teman Medali Revolusi 2015 yang telah memberikan semangat

16. Serta semua pihak yang tidak bisa dapat peneliti sebutkan yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Saran dan kritik membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan bagi kita semua *Aamiin ya Rabbal 'alamiin*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Mei 2019

Penyusun

Mahdi Handayani Sidik
NIM. 15240004

ABSTRAK

Mahdi Handayani Sidik (15240004), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah (Studi Pada PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta 2019)”, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta. Penelitian ini mengambil metode penelitian Kuantitatif dengan melakukan survey langsung kepada jemaah umrah di PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta dengan jumlah sampel 53 jemaah, dengan menggunakan kuesioner model *skala likert* sebagai data primer, sedangkan wawancara dan dokumentasi digunakan sebagai data sekunder.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah (Studi Pada PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta 2019).

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel yang digunakan secara acak. Untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Pengujian statistik dengan analisis uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (Uji t, uji koefisien determinasi).

Hasil penelitian uji hipotesis dengan menggunakan uji t ditemukan hasil bahwasannya variabel kualitas pelayanan memiliki signifikan $0,001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta. Sedangkan uji koefisien determinasi ditemukan hasil 0,440 hal ini berarti variabel kepuasan jemaah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 44% sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Kualitas pelayanan dan kepuasan Jemaah umrah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teoritik.....	11
G. Hipotesis	19

BAB II METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Analisis Penelitian	20
B. Defenisi Konseptual	20
C. Defenisi Operasional.....	21
D. Populasi dan sampel.....	24
E. Instrument Penelitian	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Validitas dan Realibilitas	31
H. Analisis Data	33
BAB III GAMBARAN UMUM.....	36
A. Sejarah Singkat PT. Cahaya Imani.....	36
B. Profil PT. Cahaya Imani.....	37
C. Visi Misi dan Tujuan PT. Cahaya Imani.....	38
D. Program Ibadah Umrah Periode Maret	30
E. Persyaratn Calon Jemaah Umrah PT. Cahaya Imani	42
F. Fasilitas-Fasilitas Perogram Ibadah Umrah PT. Cahaya Imani ..	43
G. Struktur Organisasi PT. Cahaya Imani.....	47
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	50
A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
B. Analisis Data	59
C. Uji Asumsi	66
D. Uji Analisis Regresi dan Uji hipotesisi	69
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran-saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan	27
Tabel 2.2	Instrumen Penelitian Kepuasan Jemaah	28
Tabel 2.3	Interpretasi Koefisien Alpha.....	33
Tabel 3.1	Jemaah Umrah PT. Cahaya Imani Periode Maret 2019.....	48
Tabel 3.2	Struktur Organisasi Perusahaan PT. Cahaya Imani	50
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	53
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayan ...	55
Table 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Jemaah	59
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan Jemaah..	60
Table 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan Jemaah.....	61
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 4.8	Karakteristik Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.9	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.10	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.11	Kategori Tingkat Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.12	Kategori Tingkat Kepuasan Jemaah	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Linieritas.....	70
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Sederhana	71
Tabel 4.16	Hasil Uji Persial T.....	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Jemaah ...	19
Gambar 3.1 Program Ibadah Umrah Periode Maret 2019	41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umroh (Studi Pada PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta Periode Maret 2019)” Dalam menghindari dan memahami penafsiran yang berbeda dari judul yang peneliti pilih maka perlunya untuk ditegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul. Adapun pengertian dari judul tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh.

Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau watak perbuatan seseorang.¹ Pengertian pengaruh menurut Suharmi Arikunto adalah suatu hubungan antara keadaan pertama dengan keadaan kedua terhadap hubungan sebab akibat, keadaan pertama diperkirakan menjadi penyebab yang kedua.²

Adapun pengertian pengaruh dalam penelitian ini adalah suatu keterkaitan bentuk hubungan sebab akibat antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan atau jemaah.

¹ Hizair, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta:TAMER, 2013), hlm.400.

² Suharmi Arikanto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Karya,2006), hlm. 37.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.³ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan memiliki tiga makna (1) perihal atau cara melayani (2) usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) (3) kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa.⁴ Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.⁵

Adapun yang dimaksud kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan suatu aktivitas dalam rangka untuk membantu kebutuhan orang lain dalam memenuhi kebutuhannya, yang dalam penelitian ini membantu dalam bidang jasa pelayanan Umroh yang sesuai dengan harapan seseorang.

3. Kepuasan Pelanggan (jemaah)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (produk) yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.⁶ Menurut

³ Dorothea Wahyu Ariani, *Pengendalian Kualitas Statistik*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), hlm. 5.

⁴ Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*, cet, ke-1, (Yogyakarta: Gramedia, 2011), hlm. 10-11.

⁵ Fandi Tjiptono, *Service Managemen Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: penerbit Andi, 2008), hlm, 85.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Terj. Benyamin Molan, *Marketing Management*, Edisi 12 Jilid 1 (New Jersey: Upper Saddle River, 2006), hlm. 177.

Howard dan Shet mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang didapatkan sebanding dengan pengorbanan yang dilakukan.⁷

Adapun yang dimaksud kepuasan jamaah dalam penelitian ini perasaan puas senang atau tidak senang seorang pelanggan atau jamaah dari pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

4. Perseroan Terbatas Cahaya Imani *Tour & Travel*

Perseroan Terbatas Cahaya Imani atau disingkat PT. Cahaya Imani adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang *Tour and Travel* fokus pada penyelenggaraan umroh dan haji khusus.

Jadi yang dimaksud PT. Cahaya Imani dalam penelitian ini adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa untuk melayani para jamaah yang ingin menunaikan ibadah Haji atau Umroh sesuai dengan prosedur yang ada. PT. Cahaya Imani terletak di Jl. Gito-Gati, Panen, Dono Harjo Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Kemudian untuk saat ini sudah memberangkatkan ribuan jamaah akan tetapi pada penelitian ini peneliti hanya berfokus pada jamaah yang akan berangkat pada Priode Maret 2019 dengan menggunakan jasa PT. Cahaya Imani *Tour & travel*.

Berdasarkan istilah tersebut dapat dirumuskan maksud judul keseluruhan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah

⁷Fandi Tjiptono, *Pemesaran Jasa*. (Malang: Bayumedia Publising.2005), hlm 245.

Umroh” adalah hubungan antara dua variable terkait ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan dan adanya keterkaitan antar produk, layanan atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan jemaah yang diberiakn oleh PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* mampu atau sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

B. Latar Belakang Masalah

Melihat dari adanya persaingan yang cukup ketat dalam jasa pelayanan ibadah haji dan umroh yang ada di Indonesia terkhusus di yogyakarta terdapat 46 biro umroh yang sudah mengantongi ijin, 13 diantaranya berpusat di DIY dan selebihnya merupakan cabang dari trevel umroh lain yang memiliki kantor pusat di seluruh Indonesia.⁸ dalam hal ini peneliti mencoba ingin memaparkan tentang salah satu pelayanan bimbingan ibadah haji dan umroh yang diselenggarakan oleh salah satu *Travel Umroh* yang ada di Jogja. Dalam dunia usaha, satu hal yang tak bisa dihindari adalah persaingan, tentunya persaingan antara satu lembaga yang bergerak dalam bidang ibadah haji dan umroh dengan lembaga lainnya akan memunculkan semangat untuk saling berlomba-lomba dalam melakukan pelayanan yang terbaik dalam melayani Pelanggan. Disisi lain untuk memenangkan suatu persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus mampu melakukan manajerial yang berkualitas di segala aspek, baik dalam sumber daya manusia, pengelolaan lembaga, manajemen keuangan maupun manajemen pemasaran.

⁸ [Http:// Www.gudeg.Net/Red/11613/Ini-Daptar-46-Penyelenggara-Umroh-Resmi-di-Diy.Html](http://Www.gudeg.Net/Red/11613/Ini-Daptar-46-Penyelenggara-Umroh-Resmi-di-Diy.Html)

Pelanggan, tamu, klien, pembeli, ataupun pasien merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri jasa. Namun acap kali ketika sedang melayani, petugas pelayanan lupa akan fungsinya, yakni berada satu titik di bawah pelanggan.⁹ Kepuasan pelanggan adalah fundamental bagi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Bentuk kepuasan pelanggan dapat diperoleh lewat mutu pelayanan atau kualitas pelayanan yang ada, karena mutu dan pelayanan merupakan sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan utama perusahaan adalah bukan untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu, melainkan menghasilkan pelanggan yang puas dan setia.¹⁰ Dengan harapan para pelanggan akan terus menjalin bisnis dengan perusahaan atau industri jasa yang ada

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan bermutu atau kualitas pelayanan terpadu dapat dipengaruhi oleh sumber daya manusia, sistem, strategi, maupun manajemen yang ada dalam industri suatu usaha jasa.¹¹

Mengamati dari perilaku masyarakat Indonesia saat ini, arus keberangkatan umroh di Indonesia sangatlah lancar, banyak sekali faktor yang menyebabkan masyarakat berkali-kali berangkat umroh, tidak seperti haji

⁹ Edar Sugiarto , *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka tama, 2002), hlm. Xiii.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 4.

¹¹ Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), hlm. 2.

yang diwajibkan satu kali seumur hidup, umroh dapat dilakukan berkali-kali dengan masa tunggu yang tidak lama pula. Umroh dapat dilakukan kapanpun oleh para calon Jemaah menjadi kajian yang cukup menarik, mengingat setelah menggunakan jasa biro *Travel* tertentu, ada kemungkinan ditahun-tahun berikutnya para Jemaah dapat menggunakan jasa perusahaan yang sama.

Dari hasil pemaparan di atas, yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta. PT. Cahaya Imani adalah sebuah lembaga yang bergerak dibidang jasa yaitu terkhusus di bagian biro perjalanan Ibadah Umroh, PT. Cahaya Imani yang berdiri pada tahun 2011 yang didirikan oleh Ust Abdul Hakim untuk saat ini PT. Cahaya Imani sudah memberangkatkan ribuan jamaah dan dalam hal kualitas pelayanan menurut informasi dari pak Hadi warman PT. Cahaya Imani sendiri memiliki pelayanan yang mendetail mulai dari pendaftaran sampai nanti kepulangan di tanah air dan PT. Cahaya Imani mulai dari berdirinya sampai dengan saat ini belum pernah diteliti dalam bidang apapun dalam karya tulis sehingga menjadi menarik untuk diteliti agar dapat menambah wawasan.¹²

Letak PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta yang strategis, yakni terletak tidak jauh dari pusat kota sleman yaitu bertepatan dibelakang Sleman City Hal di Jl. Gito-Gati, Panen, Dono Harjo Ngaglik, Sleman, Yogyakarta menjadikan PT. Cahaya Imani banyak diminati dan dipilih, walaupun harga yang cukup mahal, akan tetapi sebanding dengan pelayanan yang akan didapatkan pelanggan. Tidak ada *waiting list* atau waktu

¹²Wawancara dengan bapak Hadi Warman Kasrun Kepala Bagian Operasional PT. Cahaya Imani Sleman Yogyakarta 13 Februari 2019.

tunggu untuk Jemaah umroh, para pelanggan dapat melihat jadwal keberangkatan yang disediakan oleh PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta, dan pelanggan dapat memilih sendiri waktu keberangkatan. Bimbingan umroh dan manasik dilakukan oleh orang yang kompeten di bidangnya dan dilakukan sebanyak dua kali sebelum keberangkatan. Dengan pelayanan yang didapatkan tersebut, tidak jarang pelanggan datang untuk kedua ketiga kalinya untuk kembali menunaikan ibadah umroh dengan menggunakan jasa PT. Cahaya Imani.¹³

Dari uraian diatas, maka peneliti terdorong untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan pelayanan PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* dengan kepuasan para jemaahnya, yang kemudian peneliti tarik untuk mengadakan penelitian ini dengan judul. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umroh (Studi Pada PT. Cahaya Imani PEriode Maret 2019 Sleman Yogyakarta)”.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umroh (PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta Periode Maret 2019).?”

D. Tujuan penelitian

Dilihat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap

¹³ Wawancara dengan bapak Hadi Warman Kasrun Kepala Bagian Operasional PT. Cahaya Imani Sleman Yogyakarta 13 Maret 2019

kepuasan jemaah Umroh (Studi Pada PT. Cahaya Imani *Tour & Trevel* Periode Maret 2019).

E. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Penelitian ini secara teoritis berguna bagi pengembang bidang keilmuan terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atau jemaah. Berguna pula untuk mahasiswa dan umum, untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah Umroh di PT. Cahaya Imani *Tour & Travel* Sleman Yogyakarta melalui penerapan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini secara praktis diharapkan akan menjadi sumbangan bahan informasi bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah pada khususnya tentang kualitas pelayanan yang diterapkan PT. Cahaya Imani *Tour Trevel* Sleman Yogyakarta. Selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur terhadap ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pemikiran bagi peneliti maupun pembaca.
3. Bagi lembaga penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi agar lembaga bisa memperbaiki atau mengevaluasi kekurangan-kekurangan dalam hal

kualitas pelayanan agar para Jemaah bisa puas dan akan kembali menggunakan jasa PT. Cahaya Imani.

F. Kajian Pustaka

Sebagai salah satu bahan acuan dari penelitian ini adalah penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya. Dengan harapan agar tidak terjadi kesamaan penelitian yang ada. Berikut penelitian yang menjadi sumber referensi peneliti yang membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau Jemaah.

Skripsi karya Niswatun Khasanah yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Calon Jemaah Haji (Studi Pada Pendaptar Calon Jemaah Haji oleh Penyelenggara Haji dan Umroh di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Grobongan)” hasil Uji t $-1,608 < 0,197$ dengan tingkat signifikansi $0,288 > 0,05$, maka H_0 diterima dengan diterimanya H_0 maka hipotesis menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji pada pendaptar haji di Kementerian Agama Kabupaten Grobongan.¹⁴

Skripsi karya Noufrans Singgih Wasikto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jemaah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bina Umat Yogyakarta Tahun 2001-2015)” hasil pada uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$, maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan

¹⁴Niswatun Khasanah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Calon Jemaah Haji (Studi Pada Pendaptar Calon Jemaah Haji Oleh Penyelenggara Haji dan Umroh di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Grobongan)*, skripsi (tidak Diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm.72.

signifikan terhadap kepuasan pelanggan jamaah haji di kelompok Bimbingan Ibadah Haji Bina Umat Yogyakarta.¹⁵

Skripsi Karya Leni Nurjannah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta). Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah untuk menggunakan produk mudharabah pada bank BPD DIY syariah Yogyakarta.¹⁶

Skripsi karya Muhammad Saparudin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Hasil penelitian menggunakan uji t ditemukan hasil bahwasanya variabel kualitas pelayanan memiliki signifikan $0,475 > 0,05$ maka tidak dapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sedangkan hasil uji koefisien

¹⁵Nofrans Singgih Wasikto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jamaah Haji Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bina Umat Tahun 2001-2015)*, skripsi (tidak Diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm.66.

¹⁶Leni Nurjannah “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta)*” skripsi (tidak Diterbitkan), (Yogyakarta : Fakultas Dakwah Dn Komunikasi, UIN Sunan Kali Jaga, 2016), hlm 95.

determinasi ditemukan hasil 0,005. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 5%.¹⁷

Berdasarkan beberapa pustakan di atas, ada beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Peneliti menganggap perlu mengadakan penelitian lebih lanjut dan spesifik tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karena belum ditemui obyek penelitian yang serupa dalam penelitian-penelitian sebelumnya, yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh (Studi Pada Jamaah PT. Cahaya Imani Sleman Yogyakarta Periode Maret 2019)”.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Philip Kotler berpendapat bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen.¹⁸ Kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.¹⁹ Kualitas pelayanan ditentukan oleh kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain,

¹⁷Muhammad Saparudin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi (Tidak Diterbitkan)*, (Yogyakarta, 2016), hlm.109.

¹⁸Fandi Tjipto, *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: penerbit Andi, 2005), hlm.2.

¹⁹Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta Penerbit andi, 2008), hlm.85.

faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected servis*) dan persepsi terhadap layanan (*precivied service*).

Apabila persepsi terhadap layanan sesuai dengan layanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang bersangkutan akan dinilai baik atau positif. Jika persepsi terhadap layanan melebihi layanan yang diharapkan maka kualitas layanan di persepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika persepsi terhadap layanan lebih jelek dibandingkan dengan layanan yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu baik tidaknya kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.²⁰

Adanya riset terhadap kepuasan pelanggan berkaitan dengan penentuan jenis produk atau pelayanan yang diinginkan dan dibutuhkan akan menciptakan suatu harapan. Terpenuhinya harapan pelanggan menghasilkan kepuasan dan menghasilkan pelanggan yang setia. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu layana.

Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

²⁰*Ibid*, hal. 85.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml dan Berry menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu:.²¹

1) Bukti Fisik

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dengan materi komunikasi perusahaan.

2) Keandalan

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, segera dan memuaskan.

3) Daya Tanggap

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dengan merespon permintaan mereka dengan segera.

4) Jaminan

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopana karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

²¹*Ibid.*, hlm. 56.

5) Empati

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2. Tinjauan Tentang Kepuasan Pelanggan (Jemaah)

a. Pengertian kepuasan Pelanggan

Menurut Cadotte Woodruff dan Jaknis kepuasan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk. Menurut Tse dan Wilton kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan.²²

Jadi kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.²³ Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

²²*Ibid*, hal.169.

²³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Edisi 12 Jilid 1, ter. Bennyamin Molan, *Marketing Management*, hlm. 177.

Sedangkan menurut peneliti kepuasan pelanggan adalah harapan dan kinerja yang dirasakan atau diterima oleh pelanggan, sesuai dengan apa yang diharapkan.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Garvin, sebagai mana dikutip oleh Dorothea Wahyu Ariani dimensi kepuasan konsumen (jamaah) terbagi menjadi sepuluh.²⁴

1) Komunikasi

Komunikasi atau hubungan antara penerima jasa dengan pemberi jasa.

2) Kepercayaan

Kepercayaan pihak penerima jasa terhadap pemberi jasa.

3) Keamanan

Keamanan terhadap jasa yang ditawarkan.

4) Memahami Pelanggan

Pengertian dari pihak pemberi jasa pada penerima jasa atau pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.

5) Bukti Fisik

Bahwa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus dapat diukur atau dibuat standarnya.

²⁴Dorothea Wahyu Ariani, *Pengendalian Kualitas Statistik* (Yogyakarta: penerbit Andi, 2004), hlm. 8.

6) Konsistensi Kerja

Reliabilitas konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dan memenuhi janji para penerima jasa.

7) Daya Tanggap

Tanggapan pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan penerima jasa.

8) Kemampuan

Kemampuan atau keterampilan pemberi jasa yang dibutuhkan setiap orang dalam perusahaan untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa.

9) Akses

Kemudahan pemberi jasa untuk dihubungi oleh pihak, pelanggan atau penerima jasa.

10) Kesopanan

Kesopanan, respek, perhatian dan kesamaan dalam hubungan personal.

3. Tinjauan Tentang Penyelenggara Ibadah Umroh

Biro perjalanan wisata dapat menyelenggarakan perjalanan ibadah umroh setelah mendapat izin Direktur Jenderal. Pemilik atau pengelola biro perjalanan wisata harus beragama islam. Untuk memperoleh izin,

biro peralanan wisata mengajukan permohonan tertulis kepada direktur Jenderal dengan melampirkan.²⁵

- a. Surat rekomendasi dari Kepala Kantor Wilayah yang masa berlakunya tidak lebih dari empat bulan
- b. Copy izin usaha perusahaan yang dilegalisasi dinas pariwisata provinsi atau pemerintah daerah setempat
- c. Susunan pengurus penyelenggara
- d. Surat keterangan domisili
- e. Menyerahkan uang jaminan sebesar Rp 100.000.000.00 (seratus juta rupiah) atau garansi bank salah satu bank pemerintah
- f. Izin berlaku selama tiga tahun
- g. Penetapan kembali dapat dilakukan dengan membuat permohonan izin setelah dilakukan akreditasi dan telah memberangkatkan jama'ah umroh minimal dua ratus orang selama tiga tahun.

4. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (jamaah umroh) yang banyak disepakati para ahli adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa atau kualitas pelayanan, dasar pemikirannya adalah.²⁶

²⁵ Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji tentang perubahan atas Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggara Haji Nomor D/ 377 Tahun 2002 tentang petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan ibadah Haji dan Umroh pasal 74.

²⁶Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satification*, hlm.209.

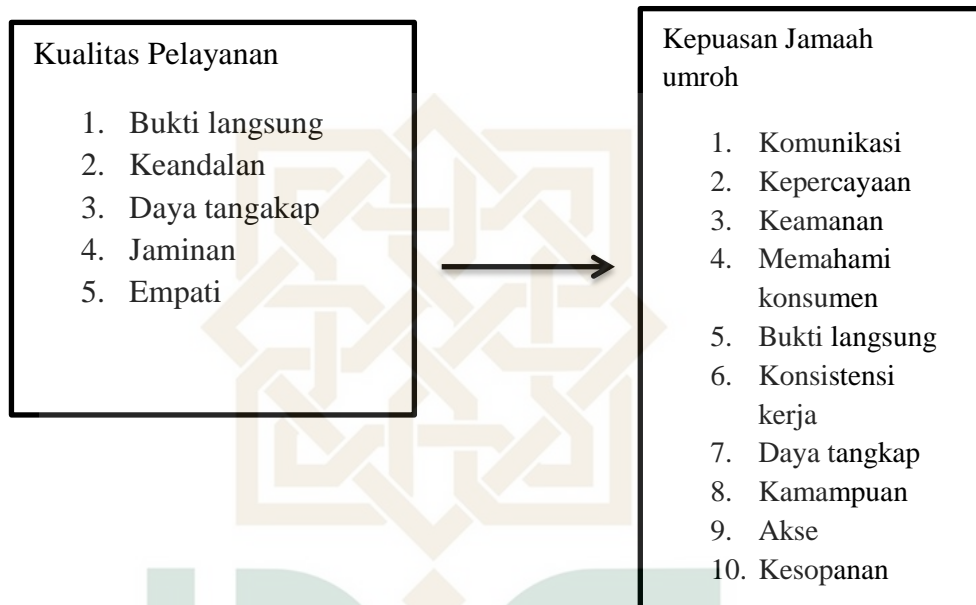
- a. Bila jamaah tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas pelayanan perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.
- b. Intraksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses dikonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas pelayanan atau kualitas jasa.
- c. Setiap intraksi tambahan dengan perusahaan akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan
- d. Persepsi terhadap kualitas pelayanan yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.

Pelanggan dalam penelitian ini dipersepsikan sebagai jamaah umroh mereka adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi. Merekalah yang dapat menentukan kualitas seperti apa dan mereka juga yang dapat menyampaikan apa dan bagai mana kebutuhan mereka.

Jadi dapat disimpulkan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi dan memperbaiki persepsinya terhadap kualitas jasa dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga. Setiap intraksi dengan lembaga maupun perusahaan akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan (jamaah) terhadap kualitas pelayanan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa

Gambar 1.1
Hubungan Kualitas Pelayanan
dengan Kepuasan Jamaah



Gambar di atas adalah kerangka berfikir penelitian ini yang digunakan sebagai landasan dalam meneliti masalah untuk mengetahui kebenaran suatu penelitian, pelayanan menjadi suatu hal yang harus ada dalam sebuah lembaga. Pegawai atau karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan jemaah umroh. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan jemaah umroh.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah peneliti. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Untuk melakukan uji hipotesis ada beberapa ketentuan yang harus diperhatikan, yaitu merumuskan hipotesis nol (H_0) dan harus disertai pula dengan hipotesis alternative (H_a).²⁷ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_0 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (jamaah umroh) di PT. Cahaya Imani Tour & Travel.

$H_a : \beta_0 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (jamaah umroh) di PT. Cahaya Imani Tour & Travel.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁷M. Hariwijaya dan Triton P.b, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2007), cet 1, hlm. 50.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi analisis data penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan pada skripsi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Berdasarkan statistik *t* hitung dari *output coefficients* adalah 0,440 sedangkan signifikansinya adalah 0,001. Sedangkan untuk tingkat signifikansi 5% (0,05) derajat bebas (df)=N-2 =53-2 =51 (t tabel pada df 53 adalah 0,2706). Dengan membandingkan *t* hitung dengan *t* tabel dapat dilihat bahwa *t* hitung 0,440 > 0,2706 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,005, maka *H₀* ditolak. Dengan ditolaknya *H₀* maka hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/Jemaah di PT. Cahaya Imani Tour & Travel Sleman Yogyakarta Diterima. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah dengan *r square* atau koefisien determinasi. Nilai *r square* merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (*r*).

Berdasarkan pengolahan angket yang disebar kepada 53 responden dan dengan bantuan *SPSS for windows 16.0* dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan mempunyai sumbangan yang sedang terhadap kepuasan pelanggan/Jemaah dengan hasil sebesar 0,440% yang didapat dari pengujian koefisien determinasi *r square*, dan dari data dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sedang terhadap kepuasan pelanggan di PT. Cahaya Imani Tour & Travel Sleman Yogyakarta. Sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian adalah

1. Bagi Lembaga

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan sarana dan prasarana untuk kenyamanan para jemaah umroh
- b. Bagi pegawai PT.cahaya Imani agar terus meningkatkan kualitas kinerjanya agar dapat melayani para jemaah dengan baik sesuai dengan prosedur yang telah tersedia.
- c. Fasilitas fisik atau peralatan yang disediakan lembaga hendaknya lebih dilegkapi lagi dan di tingkatakan.

2. Bagi pelanggan/jemaah

- a. Hendaknya para jemaah benar-benar memenuhi persyaratan yang diberikan lembaga ketika melakukan pendaftaran, agar tidak menyusahkan lembaga. Walaupun kesibukan jemaah yang sangat tinggi, hendaknya luangkan waktu sejenak untuk memperlancar kegiatan ibadah umrohnya kedepannya.
- b. Demi kelancaran ibadah umroh di Makkah dan Madinah, hendaknya para calon jemaah umroh datang untuk mengikuti kegiatan manasik dengan baik, karena manasik akan memberikan pemahaman simulasi kegiatan umroh secara teori dan praktis.

3. Peneliti yang lain

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan/jemaah, dan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhinya. Oleh karenanya, bagi peneliti yang lain dapat mengembangkan faktor-faktor lain tersebut dengan kompetensi jurusan manajemen dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi abu, Cholid Narbuko. *Metodologi Penelitian*. Jakarat: Bumi Aksara. 2009
- Ariani Wahyu , Dorothea. *Pengendalian Kualitas Statistik*. Yogyakarta: Penerbit Andi 2004
- Arikanto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya. 2006
- dkk, W. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. 2014
- Dapartemen Agama republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Direktorat Jendral Bimas Islam dan Urusan Haji, 2012
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011
- Hadi, S. *Metode Research Jilid 2*. Yogyakarta: Andi Offset. 2001
- Hamidi. *Metode Penelitian Dan teori Komunikasi : Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan*. Malang: UMM Press. 2010
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media. 2011
- Hizair. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: TAMER. 2013
- Iqbal hasan, M. *Pokok-Pokok Materi (Statistik Inferensi*. Jakarta: Bumi. 2005
- Kasmir. *Etika Cutemer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2005
- Kevin Lane Keller, D. *Marketing Manajemen*. Upper Sadle River. 2006.
- Khasanah , N. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Calon Jamaah Haji (Studi Pada Pendaptar Calon Jamaah Haji Oleh Penyelenggara Haji dan Umrah di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Grobongan*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2017
- Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji tentang perubahan atas Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggara Haji Nomor D/ 377 Tahun 2002 tentang petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh pasal 74.
- Matwadam, M. *Pelaksanaan Ibadah Haji Dan Umrah*. Yogyakarta: Yayasan Bina Karier. 1989
- Nuejannah, L. (20016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudhorabah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta)* . Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.

- Poly Endrayanto, W. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012
- Purnomo, H. *Pengantar Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006
- Rangkuti, F. *Masuring Satification*. Jakrata: Garamedia Pustaka Utama. 2003
- Saparudin, M. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2016
- Singgih Wasikto, N. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jamaah Haji Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bina Umat Tahun 2001-2015 Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN sunan Kalijaga. 2016
- Sudarmanto, R. *Analisis Regresi Linier Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005
- Sugiarto, E. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Tama. 2002
- Sugiyono. *Metode Penelitian Komubinasi*. Bandung: Alfabeta. 2013
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Reineka Cipta. 2011
- Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising. 2005
- Tjiptono, F. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008
- Triton p.b, M. *Pedoman Penulisan ILmiah Proposal Skripsi*. Yogyakarta: Tugu Publisher. 2007
- Wulandari, L. *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Anandhi ANTV Terhadap Pemahaman Gender Kalangan Ibu-ibu Dusun Sukorejo*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN suan Kalijaga. 2017