

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN JEMAAH IBADAH UMRAH
DI PERSEROAN TERBATAS (PT). HAJI MABRUR
BAROKAH KOTA MAKASSAR**



Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**Disusun oleh:
Muhammad Nur Alamsyah
NIM. 22102040009**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.
NIP. 19770507 200003 2 001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-938/Un.02/DD/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN JEMAAH IBADAH UMRAH DI PT.HAJI MABRUR BAROKAH KOTA MAKASSAR

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD NUR ALAMSYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 22102040009
Telah diujikan pada : Senin, 18 Mei 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Hikmah Endraswati, S.E.,M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a249276d304d



Penguji I

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a22894f6b667



Penguji II

Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a210443446a0



Yogyakarta, 18 Mei 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a26311aebd66

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr.wb.

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

Nama : Muhammad Nur Alamsyah
NIM : 22102040009
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Ibadah Umroh di PT. Haji Mabruk Barokah Kota Makassar

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- o Bebas dari unsur plagiarisme.
 - o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
 - o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.
- dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

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

Yogyakarta, Selasa 28 April, 2026

Dosen Pembimbing:

Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si

NIP. 19770507-200003 2 001

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Munif Sholihin, S.Sos.I., MPA.

NIP. 19851209 201903 1 002

- o Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Alamsyah
NIM : 22102040009
Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
JEMAAH IBADAH UMROH DI PT. HAJI MABRUR BAROKAH KOTA MAKASSAR
adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu
yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, Senin 27 April, 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Nur Alamsyah
22102040009

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTO

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran."

(QS. Al-Baqarah ayat 185)¹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas izin dan rahmat Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah Umrah.” Penyusunan skripsi ini merupakan hasil dari kerja keras, usaha, dan doa yang tidak terlepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam kelancaran serta penyelesaian skripsi ini. Tanpa bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof, Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunisi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Munif Solihan, S.Sos., M.PA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunisi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Hikmah Endraswati, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk yang sangat bermanfaat sejak dimulai hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

5. Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan dukungan dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
6. Orang tua dan saudara saya yang telah memberikan dukungan serta mendoakan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk dia yang selalu meluangkan waktu untuk menemani saya dan membantu selama pengerjaan skripsi.
8. Untuk teman-teman prodi Manajemen Dakwah angkatan 2022 yang telah mendukung dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan hingga terselesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi kalimat maupun cara penyajian. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarkatuh.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 28 April 2026

Peneliti



Muhammad Nur Alamsyah

NIM 22102040009

ABSTRAK

Muhammad Nur Alamsyah NIM: 22102040009. The Influence of Service Quality and Price on Pilgrim Satisfaction for Umrah Pilgrimage at PT. Haji Mabror Barokah, Makassar City. Islamic Guidance and Management Study Program, Faculty of Dawah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2026.

This research is motivated by the intense competition within the Umrah travel industry in Indonesia, which demands service providers to optimize their services and pricing strategies to retain customers. This study aims to analyze the influence of service quality and price on pilgrim satisfaction at PT. Haji Mabror Barokah in Makassar City. Utilizing a quantitative approach with multiple linear regression analysis, data were collected through questionnaires distributed to the pilgrims. The research instruments successfully passed validity and reliability tests, as well as met the classical assumption requirements.

The results indicate that service quality and price have a positive and significant effect on pilgrim satisfaction. The F-test demonstrates that the calculated F-value exceeds the tabular F-value, confirming the significant simultaneous effect of both variables. Furthermore, the regression analysis confirms that improvements in service quality and appropriate pricing are directly proportional to the increase in pilgrim satisfaction.

Keywords: Service quality, Price, Pilgrim satisfaction.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhammad Nur Alamsyah NIM: 22102040009. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah Ibadah Umrah di PT. Haji Mabur Barokah Kota Makassar. Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2026.

Penelitian ini didasarkan pada ketatnya persaingan dalam industri biro perjalanan umrah di Indonesia. Kondisi tersebut menuntut penyedia jasa untuk mengombinasikan pelayanan prima dengan strategi harga yang kompetitif demi menjaga kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas pelayanan serta harga terhadap tingkat kepuasan jemaah travel PT. Haji Mabur Barokah di Kota Makassar. Dengan mengadopsi metode kuantitatif, analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linear berganda. Data penelitian dihimpun melalui kuesioner yang disebarakan kepada para jemaah instansi terkait. Sebelum pengujian hipotesis, instrumen penelitian telah dinyatakan lolos uji validitas, reliabilitas, serta memenuhi syarat uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah. Berdasarkan uji F, nilai F hitung lebih besar dari F tabel, membuktikan pengaruh signifikan kedua variabel secara simultan. Hasil regresi mengonfirmasi bahwa peningkatan mutu pelayanan dan kesesuaian harga berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan jemaah.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan Jemaah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTO	vi
KATA PENGATAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	15
A. Kajian Teori.....	15
1. Kualitas Pelayanan.....	15
2. Harga.....	17
3. Kepuasan Jemaah.....	19

4. Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Jemaah	21
B. Kerangka Berpikir.....	22
C. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel	26
1. Populasi Penelitian.....	26
2. Sampel Penelitian.....	26
C. Definisi Konseptual dan Operasional	29
1. Definisi Konseptual dan Operasional Kualitas Pelayanan.....	29
2. Definisi Konseptual dan Operasional Harga.....	30
3. Definisi Konseptual dan Operasional Kepuasan Jemaah.....	31
D. Instrumen Penelitian	32
1. Skala Kualitas Pelayanan.....	33
2. Skala Harga.....	33
3. Skala Kepuasan Jemaah.....	34
E. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Deskripsi Data.....	43
B. Hasil Analisis Data.....	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62

B. Saran..... 63

DAFTAR PUSTAKA..... 65

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1.Instrumen Penelitian/ Skala/ Kuesioner

2.Tabel Skoring/ Tabulasi Data

3.Hasil Analisis Data/ Output SPSS/ Jamovi/ R/ Jasp

4.Surat Izin Penelitian

5.Hasil Cek Plagiarisme

6.Daftar Riwayat Hidup



Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Jemaah PT. Haji Mabror Barokah tahun 2023 – 2025.....	3
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	52
Tabel 4. 6 Validitas Variabel Kepuasan Jemaah.....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Monte Carlo One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	54
Tabel 4. 9 Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 11 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	53
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia hal ini tercatat dalam berbagai laporan seperti *Times of Prayer* dan CNBC Indonesia, ada 242,7 juta jiwa, yang merupakan sekitar 88,3% dari total penduduk Indonesia dan sekitar 12,3% dari jumlah populasi muslim global.² Dengan populasi muslim sebesar ini, Indonesia menjadi pasar potensial yang sangat besar untuk penyelenggaraan ibadah umrah dan haji.

Jumlah jemaah umrah Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir ini, di tahun 2023 sekitar 1,3 juta jemaah, meningkat menjadi 1,4 juta jemaah pada 2024 dan pada kuartal pertama 2025 telah mencapai sekitar 648 ribu jemaah. Jumlah Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir, sekitar 2.180 PPIU tercatat pada tahun 2023, dan terus bertambah hingga mencapai sekitar 2.721 tahun 2024, dan hingga April 2025 menunjukkan ada sekitar 2.592 PPIU yang masih aktif terdaftar.³ Terdapat 156 PPIU yang

² “Global Muslim Population,” diakses 18 September 2025, //timesprayer.com/en/muslim-population/.

³ Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus (SISKOPATUH) Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025.

terdaftar di Kota Makassar, ada sekitar 146 yang masih tercatat aktif serta 62 yang terakreditasi A.⁴

Ibadah umrah merupakan ibadah yang dalam penyelenggaraannya tidak di tangani langsung oleh pemerintah. Sehingga peluang inilah yang dilirik oleh biro jasa penyelenggara haji dan umrah, seiring meningkatnya jumlah biro jasa ini menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya sehingga membuat para jemaah bingung memilih lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan disegala bidang sehingga pelaksanaan ibadah umrah bisa menuai hasil yang memuaskan.

Kegiatan ibadah umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu standar pelaksanaannya masih di Indonesia dan di makkah. Pada standar pelayanan di Indonesia banyak aspek penting yang harus di perhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pengurusan dokumen umrah, pemeriksaan calon jemaah), penyediaan perlengkapan dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah umrah di Makkah (tanah suci) adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah umrah. Hal ini sangat diperlukan biro jasa untuk memberikan jasa pelayanan terbaik yang dapat mendukung pelaksanaan ibada umrah, baik dalam segi perencanaan maupun pelaksanaana.

PT. Haji Mabru Barokah Kota Makassar adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang mempunyai unit jasa *tour and travel*, khususnya jasa

⁴ Kementiran Agama Republik Indonesia, Sistem Aplikasi Terpadu Umrah dan Haji (Satu Haji), <https://haji.kemenag.go.id>

umrah, meskipun banyak perusahaan lain yang serupa dan sejenis. Yang membedakan PT. Haji Mabruur Barokah dari yang lain adalah komitmennya untuk melaksanakan kegiatan dengan disiplin tinggi sesuai arahan sunah, serta menyelenggarakan kajian sunnah atau majelis ilmu syar'i selama perjalanan umrah. Semakin banyaknya biro jasa perjalanan umrah saat ini, namun PT. Haji Mabruur Barokah tetap eksis di masyarakat karena komitmen mereka untuk membimbing jemaah dengan pengalaman yang berharga, serta memberikan pelayanan terbaik dan kenyamanan untuk beribadah yang diberikan kepada setiap jemaah, yang didukung oleh tenaga profesional dan amanah, serta menawarkan beberapa paket program umrah yang dipilih oleh setiap jemaah sesuai dengan keinginan yaitu paket umrah ekonomi, reguler, dan premium. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya minat calon jemaah yang ingin mendaftar. Berikut ini dapat dilihat perkembangan jumlah jemaah umrah yang telah menggunakan jasa PT. Haji Mabruur Barokah dari tahun 2023 sampai 2025.

Tabel 1. 1 Data Jemaah PT. Haji Mabruur Barokah tahun 2023 – 2025

Tahun	Jumlah Jemaah
2023	933 Jemaah
2024	657 Jemaah
2025 (Oktober)	802 jemaah

Sumber : PT. Haji Mabruur Barokah 2025

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa PT. Haji Mabruur Barokah memiliki 933 jemaah di tahun 2023, terlihat pada tabel di atas perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2024 yaitu 657 jemaah dan di tahun 2025 yang di berangkatkan hingga oktober yaitu 802 jemaah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf operasional PT. Haji Maburr Barokah,⁵ ditemukan bahwa kebijakan penetapan harga paket umrah bersifat dinamis. Fluktuasi harga ini dipengaruhi oleh variabel eksternal seperti perubahan tarif tiket penerbangan dan akomodasi di Arab Saudi. Selain itu, komponen biaya yang ditawarkan belum mencakup pengurusan paspor serta vaksinasi meningitis. Dari sisi persepsi pengguna jasa, testimoni jemaah menunjukkan adanya keluhan terkait layanan pendukung (external services), khususnya mengenai sikap tenaga transportasi dan variasi menu makanan di hotel.⁶ Meski demikian, kualitas pelayanan internal perusahaan dinilai telah optimal dan memenuhi ekspektasi jemaah.

Kepuasan jemaah merupakan aspek yang sangat penting bagi biro jasa perjalanan umrah, karena tingkat kepuasan yang dirasakan jemaah berpotensi disebarluaskan kepada calon jemaah lainnya. Hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan citra dan reputasi biro jasa tersebut. Keberhasilan suatu biro jasa penyelenggara ibadah umrah dapat diukur melalui tingkat kepuasan jemaah, yang mencerminkan penilaian jemaah terhadap kinerja layanan yang diberikan.⁷ Kepuasan jemaah umumnya diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kesesuaian harapan, minat untuk melakukan kunjungan kembali atau pembelian ulang, serta

⁵ Wawancara Staf Operasional PT. Haji Maburr Barokah, (2025).

⁶ Wawancara Jemaah PT. Haji Maburr Barokah, (2025)

⁷ Aprielia Winata dan Budi Prabowo, "Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 810–22, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1106>.

kesediaan untuk merekomendasikan kepada pihak lain.⁸ Dengan demikian, jemaah memiliki peran yang signifikan dalam mengevaluasi tingkat kepuasan, khususnya terhadap kualitas pelayanan dan kesesuaian harga yang ditawarkan oleh biro jasa.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk kepuasan jemaah. Pelayanan yang berkualitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam menghadapi persaingan di sektor jasa, khususnya penyelenggaraan ibadah umrah, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), bukti fisik (tangibles), jaminan (assurance), dan empati (empathy).⁹ Penerapan kualitas pelayanan yang optimal akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh jemaah.¹⁰

Selain kualitas pelayanan, harga juga memegang peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan jemaah. Harga yang dianggap wajar dan kompetitif akan memberikan nilai baik bagi jemaah sehingga mereka merasa mendapatkan manfaat yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Terdapat empat indikator yang mengidentitaskan harga yaitu keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan

⁸ Riansyah dkk., “Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Dan Harga,” *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)* 12, no. 1 (2024): 1–11, <https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v12i1.267>.

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-3 (Yogyakarta: Andi, 2012), 245-250

¹⁰ Nia Fauzia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah dan Haji (Studi Kasus di PT.Silver Silk Cabang Tembilahan)” (STAI Auliaurasyidin Tembilahan, 2021), <https://repository.stai-tbh.ac.id/handle/123456789/159>.

kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.¹¹ Penyesuaian harga harus dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan agar jemaah tidak merasa dirugikan dan tetap memperoleh pengalaman ibadah yang memuaskan. Penetapan harga yang tidak sesuai dengan ekspektasi jemaah dapat menimbulkan ketidakpuasan yang signifikan meskipun harga tersebut mungkin dianggap wajar oleh pihak penyelenggara. Hal ini menunjukkan persepsi dan harapan jemaah terhadap nilai atau keuntungan yang didapatkan sangat penting untuk menentukan kepuasan.

Harga merujuk pada jumlah uang maupun biaya yang perlu dikeluarkan dari jemaah guna mendapatkan produk maupun layanan tertentu. Proses ini merupakan bentuk pertukaran dimana jemaah berusaha memperoleh produk atau layanan yang mereka butuhkan atau inginkan. Dalam hal ini, jemaah berharap bahwa jumlah uang atau biaya yang mereka keluarkan akan sebanding dengan kualitas, manfaat, dan kepuasan yang diterima oleh jemaah dalam bentuk produk maupun layanan.¹²

Pertimbangan untuk memilih PT. Haji Mabrur Barokah sebagai lokasi peneliti dikarenakan penulis melihat PT. Haji Mabrur Barokah sebagai perusahaan perjalanan ibadah umrah yang terpercaya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan begitu banyaknya jemaah yang bergabung bersama PT. Haji Mabrur Barokah. Dengan demikian bisa diketahui dimensi kualitas pelayanan, dan harga yang

¹¹ Ludova Billy Novenda dan Suwitho Suwitho, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Bintang Berlian," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 12, no. 11 (2023), <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5637>.

¹² Listi Latipah Oktaviani, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Pt. Alia Indah Wisata Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah" (bachelorThesis, 2025), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/87414>.

membentuk kepuasan bagi para jemaahnya. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Pt. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar ?
2. Apakah ada pengaruh harga yang ditetapkan terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang di tetapkan terhadap kepuasan jemaah ibadah umrah di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dampak positif serta kontribusi yang signifikan bagi berbagai pihak, baik secara akademis maupun dalam tataran aplikasi praktis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoris

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan referensi akademis mengenai penerapan manajemen pemasaran jasa, khususnya terkait pengaruh strategi penetapan harga dan optimalisasi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan jemaah dalam biro perjalanan ibadah umrah. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi data landasan untuk memperbaiki landasan untuk memperbaiki strategi dan kebijakan yang diterapkan oleh biro travel, guna meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi ekspektasi serta kebutuhan jemaah, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Praktis

- a. Evaluasi untuk PT. Haji Mabrur Barokah agar lebih memperbaiki kualitas yang diterima oleh jemaah.
- b. Diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap PT. Haji Mabrur Barokah
- c. Untuk acuan bagi biro perjalanan wisata haji dan umrah untuk menjaga serta meningkatkan kualitas layanan mereka.

E. Kajian Pustaka

Sebelum memulai proses penelitian untuk menyusun skripsi ini, penulis perlu melakukan kajian pustaka sebagai langkah pertama untuk mencegah duplikasi

dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Berikut adalah daftar skripsi yang relevan :

Penelitian yang telah dilakukan oleh Listi Latipah Oktaviani dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan PT. Alia Indah Wisata Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah”.¹³ Menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jemaah. dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya bukti fisik, kendala, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan jemaah, dan dalam mengukur harga terhadap empat dimensi yaitu keterjangkauan harga, potongan harga (Discount), daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat terhadap kepuasan jemaah. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Listi Latipah Oktaviani tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jemaah PT. Alia Indah Wisata adalah sama sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jemaah. dan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Listi Latipah Oktaviani di PT. Alia Indah Wisata sedangkan penelitian ini meneliti di PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviani dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Jemaah Umrah pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro”.¹⁴ Menunjukkan adanya keterkaitan dengan

¹³ Listi Latipah Oktaviani, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Pt. Alia Indah Wisata Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah” (bachelorThesis, 2025), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/87414>.

¹⁴ Noviani, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro” (undergraduate, IAIN Metro, 2023), <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9098/>.

topik yang sedang diteliti. Kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian, yaitu sama-sama menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah. Namun demikian, terdapat perbedaan dalam ruang lingkup variabel yang digunakan. Penelitian Noviani memasukkan variabel tambahan berupa fasilitas sebagai faktor yang turut memengaruhi tingkat kepuasan jemaah, sedangkan penelitian ini hanya menitikberatkan pada variabel harga dan kualitas pelayanan. Selain itu, perbedaan juga terlihat pada objek penelitian, di mana penelitian Noviani dilakukan pada PT. Salma Amanah Wisata di Kota Metro, sementara penelitian ini berfokus pada PT. Haji Mabruur Barokah di Kota Makassar sebagai lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Erin Nur Putriani, dan Intan Nurul Awwaliyah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Jemaah Umrah di PT. Qiblatain Safarina Bakti.”¹⁵ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan jemaah. Temuan penelitian tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Fauzia Ramadania yang mengungkapkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan variabel lainnya dalam meningkatkan kepuasan jemaah. Adapun relevansi penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada kesamaan fokus kajian, yaitu sama-sama menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah. Namun, perbedaannya terletak pada cakupan variabel yang diteliti.

¹⁵ Erin Nur Putriani, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN JEMAAH UMRAH DI PT. QIBLATAIN SAFARINA BAKTI,” *JSE: Jurnal Sharia Economica* 5, no. 1 (2026): 187–201, <https://doi.org/10.46773/jse.v5i1.3012>.

Penelitian Erin Nur Putriani, dan Intan Nurul Awwaliyah mencakup faktor tambahan, yaitu kepercayaan, yang berperan dalam membentuk kepuasan jemaah, sementara penelitian yang sedang dilakukan hanya membahas kualitas pelayanan harga dan. Selain itu objek penelitian yang digunakan juga berbeda, dengan penelitian Erin Nur Putriani, dan Intan Nurul Awwaliyah berfokus pada PT. Qiblatain Safarina Bakti, sementara penelitian ini mengambil PT. Haji Mabru Barokah Kota Makassar sebagai objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Emil Jamilatunniswa, Asep Iwan Setiawan, Muh. Idham Kurniawan, Dan Khoirizi H. Dasi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah”.¹⁶ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah dan untuk mengetahui tingkat kepuasan jemaah di KBIHU Al-Falah Cicalengka. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian tersebut bahwa kepuasan jemaah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah. Namun perbedaannya terletak pada cakupan variabel yang diteliti. Penelitian Emil dkk, Hanya membahas Kualitas pelayanan, sementara penelitian yang sedang dilakukan memiliki faktor tambahan yaitu harga yang berperan untuk membentuk kepuasan jemaah umrah. Selain itu objek penelitian yang digunakan juga berbeda dan teknik pengumpulan sampel

¹⁶Emil Jamilatunniswa dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah,” *Mabru: Academic Journal of Hajj and Umra* 3, no. 1 (2024): 57–76, <https://doi.org/10.15575/mjhu.v3i1.35268>.

yaitu penelitian yang dilakukan Emil dkk menggunakan analisis regresi linear sederhana sedangkan penelitian yang sedang dilakukan regresi linear berganda.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Kurnia Afiandi dan Ari Prabowo dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Intensitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah PT. Almuchtar Tour & Travel.¹⁷ Tujuan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, intensitas promosi, dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT Al Muchtar Tour & Travel. Hasil penelitian tersebut bahwa kualitas pelayanan, intensitas promosi, dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat berupa terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT. Al Muchtar Tour & Travel. Penelitian ini memiliki persamaan yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan, penelitian ini terletak pada fokus yang sama membahas pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah. Namun, perbedaannya terletak pada cakupan variabel yang diteliti. Penelitian Dian dkk, mencakup faktor tambahan yaitu intensitas promosi, yang berperan dalam membentuk kepuasan jemaah, sementara penelitian yang sedang dilakukan hanya membahas harga dan kualitas pelayanan. Selain itu objek penelitian yang digunakan juga berbeda, dengan penelitian Dian dkk berfokus pada PT. Al Muchtar Tour & Travel, sementara penelitian ini mengambil PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar sebagai objek penelitian.

¹⁷ Dian Kurnia Afiandi dan Ari Prabowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Intensitas Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Pt Al Muchtar Tour & Travel," *Jurnal Widya* 5, No. 2 (2024): 1600–1615, <https://doi.org/10.54593/Awl.V5i2.380>.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan.

BAB I merupakan pendahuluan yang memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

BAB II membahas kajian teori dan kerangka berpikir, yang berisi uraian mengenai landasan teori yang relevan dengan permasalahan penelitian, penjelasan variabel penelitian, penyusunan kerangka berpikir, serta perumusan hipotesis penelitian.

BAB III menguraikan metodologi penelitian yang mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi konseptual dan operasional variabel, instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan. Selanjutnya,

BAB IV menyajikan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi deskripsi temuan penelitian serta analisis data berdasarkan metode yang telah ditetapkan. Terakhir,

BAB V merupakan bagian penutup yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Jemaah di PT. Haji Mabur Barokah Kota Makassar, maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan jemaah ($T_{hitung} = 4,459 > T_{tabel} = 1,988$; sig. = 0,000; $\beta = 0,327$). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa peningkatan mutu layanan pada lima dimensi SERVQUAL, yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, secara langsung dan terukur mendorong peningkatan kepuasan jemaah, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.

2. Variabel harga

Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan jemaah ($t_{hitung} = 8,575 > t_{tabel} = 1,988$; sig. = 0,000; $\beta = 0,629$), dengan koefisien beta terstandarisasi yang lebih tinggi dibandingkan kualitas pelayanan. Harga terbukti sebagai determinan yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan jemaah, mengindikasikan bahwa persepsi nilai atas harga yang dibayarkan memiliki bobot kognitif yang lebih besar dalam evaluasi jemaah terhadap keseluruhan pengalaman ibadah, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan jemaah

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah ($F_{hitung} = 211,238 > F_{tabel} = 3,101$; sig. = 0,000), dengan kemampuan prediksi model yang sangat tinggi (Adjusted $R^2 = 0,825$). Kedua variabel secara bersama-sama menjelaskan 82,5% variasi kepuasan jemaah, sedangkan 17,5% sisanya dipengaruhi faktor-faktor di luar model. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa integrasi strategis antara standar layanan yang prima dan kebijakan harga yang adil merupakan prasyarat fundamental kepuasan jemaah, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Secara umum, variabel kualitas pelayanan dan harga yang diterapkan oleh PT. Haji Mabrur Barokah Kota Makassar dapat dikategorikan baik. Hal ini tercermin dari mayoritas responden yang memberikan jawaban setuju pada setiap indikator dalam item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diatas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga

1. Bagi PT. Haji Mabrur Barokah

Mengacu pada temuan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah, PT. Haji Mabrur Barokah perlu melakukan evaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, khususnya pada dimensi-dimensi yang bersentuhan langsung dengan pengalaman jemaah selama perjalanan. Aspek layanan eksternal yang melibatkan

pihak ketiga, seperti sopir transportasi dan penyediaan akomodasi di Arab Saudi, perlu mendapatkan perhatian lebih intensif melalui mekanisme seleksi mitra yang ketat dan penyusunan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan yang komprehensif. Mengingat harga paket umrah yang bersifat dinamis dan dipengaruhi fluktuasi tarif pesawat serta hotel di Arab Saudi, perusahaan perlu membangun sistem komunikasi harga yang proaktif dan edukatif sehingga jemaah memiliki ekspektasi yang realistis terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang akan diperoleh. Selain itu, melakukan monitoring dan evaluasi kepuasan jemaah secara berkelanjutan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti fasilitas, kepercayaan, citra perusahaan, atau kualitas pengalaman spiritual. Menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods) untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Afiandi, Dian Kurnia, dan Ari Prabowo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Intensitas Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Pt Al Muchtar Tour & Travel." *Jurnal Widya* 5, no. 2 (2024): 1600–1615. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i2.380>.
- Amanda, Putri, dan Natal Indra. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea." *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2, no. 3 (2024): 217–26.
- Arnas, Riko Levita, dan Wiyadi Wiyadi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Lentera Bisnis* 13, no. 1 (2024): 235–53. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1035>.
- Fauzia, Nia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah dan Haji (Studi Kasus di PT.Silver Silk Cabang Tembilahan)." STAI Auliaurasyidin Tembilahan, 2021. <https://repository.staitbh.ac.id/handle/123456789/159>.
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, 2004.
- Fandy Tjiptono & G. Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI. Yogyakarta. 2011.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Sleman: Bayumedia Publishing, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-3, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2021.
- "Global Muslim Population." Diakses 18 September 2025. timesprayer.com/en/muslim-population.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2021.
- Hadyarti, Vidi, dan Moh Zaki Kurniawan. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Eco-Entrepreneur* 8, no. 2 (2022): 47–59. <https://doi.org/10.21107/ee.v8i2.17716>.

- Halimah, Martina Anggarwati, dan Rosi Devi Yanti. “Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto.” *Jurnal Ecoment Global* 5, no. 1 (2020): 70–79. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>.
- Hutagaol, Kartini. “Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS.” *Jurnal Padeagogik* 8, no. 2 (2025): 15–28. <https://doi.org/10.35974/jpd.v8i2.4173>.
- John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, edisi ke-6, Thousand Oaks, CA: Sage, 2022.
- Jamilatunniswa, Emil, Asep Iwan Setiawan, Muhammad Idham Kurniawan, dan Khoirizi H. Dasir. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah.” *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra* 3, no. 1 (2024): 57–76. <https://doi.org/10.15575/mjhu.v3i1.35268>.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, dan Alexander Chernev. *Marketing Management*. Pearson Education, 2021.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev, *Marketing Management: Sixteenth Edition*, United States of America, Pearson Education, 2022.
- Kotler Philip, dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: INDEKS, 2007.
- Kartini Hutagaol, “Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS,” *Jurnal Padeagogik* 8, no. 2 (2025): 17-18, <https://doi.org/10.35974/jpd.v8i2.4173>.
- Novenda, Ludova Billy, dan Suwitho Suwitho. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Bintang Berlian.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)* 12, no. 11 (2023). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5637>.
- Noviani. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Pada PT. Salma Amanah Wisata Kota Metro.” Undergraduate, IAIN Metro, 2023. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9098/>.
- Nugroho, Adi Sulisty, dan Walda Haritanto. *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika: (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Penerbit Andi, 2022.
- Oktaviani, Listi Latipah. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Pt. Alia Indah Wisata Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah.” bachelorThesis, 2025. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/87414>.
- Permana, Farid Siddiq. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Di PT. Al-Rahmah Mojokerto.”

Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
<http://digilib.uinsa.ac.id/45036/>.

Riansyah, Endang Silaningsih, dan Titiek Tjahja Andari. “Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Dan Harga.” *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)* 12, no. 1 (2024): 1–11.
<https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v12i1.267>.

Sahabuddin, DR Romansyah, DR Muhammad Ishlah Idrus, S. E. Abdul Karim, dan M. Si LIYAN PUSTAKA. *Pengantar statistika: Jurusan manajemen*. Liyan Pustaka, 2021.

Sahati, Antonius, Mochammad Mukti Ali, Fanji Wijaya Fanji, dan Farha Salsabila. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian : (Study Kasus Pembelian Sepeda Motor Mio Di Fortuna Ciparay.” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 5, no. 3 (2024): 688–707.
<https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>.

Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Guepedia, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung. 2018.

Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, edisi ke-8, Chichester, UK: Wiley, 2020.

Widodo, Slamet. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan HM Joni, Teladan Timur, Kota Medan).” *JUMANT* 13, no. 1 (2021): 101–22.

Winata, Aprielia, dan Budi Prabowo. “Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 810–22.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1106>