



Program Manajemen Haji dan Umroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri
Fatmawati Sukarno Bengkulu

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEUNGGULAN
BERSAING TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMRAH
(Studi Pada PT Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)**

JURNAL



Editor:

Romi Adetio Setiawan, M.A., Ph. D
Kustin Hartini, MM

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEUNGGULAN
BERSAING TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMRAH
(Studi Pada PT Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)**

Jurnal Ilmiah



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

ENA PITA SARI

2011170030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMROH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2024 M/1446 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jl. Raden Fatah Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telp. (0736) 51276-51171-51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Ena Pita Sari

Nim : 2011170030

Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah


Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Sudah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran tim Pembimbing. Oleh karena itu Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 14 Oktober 2024

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Romi Adetio Setiawan, M.A., Ph.D



Kustin Hartini, MM

NIP. 198312172014031001

NIP. 198103022023212021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen


Eka Sri Wahyuni, S.E., MM

NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfash Bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)” yang disusun oleh:

Nama : Ena Pita Sari
Nim : 2011170030
Prodi : Manajemen Haji Dan Umroh
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 18 Oktober 2024

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Manajemen Haji Dan Umrah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Bengkulu, 18 Oktober 2024 M

15 Rabiul Akhir 1446H

Tim Sidang *Munaqasyah*

Ketua

Sekretaris



Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP. 197808072005012008


Katra Pramedika, M.E.I
NIP. 198807252020121003

Penguji I

Penguji II


Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP. 197808072005012008


Citra Liza, M.Si
NIP. 198710252020122006

Mengetahui
Dekan


Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Jurnal dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah Kota Bengkulu (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 24 September 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Ena Pita Sari
NIM. 2011170030

MOTTO

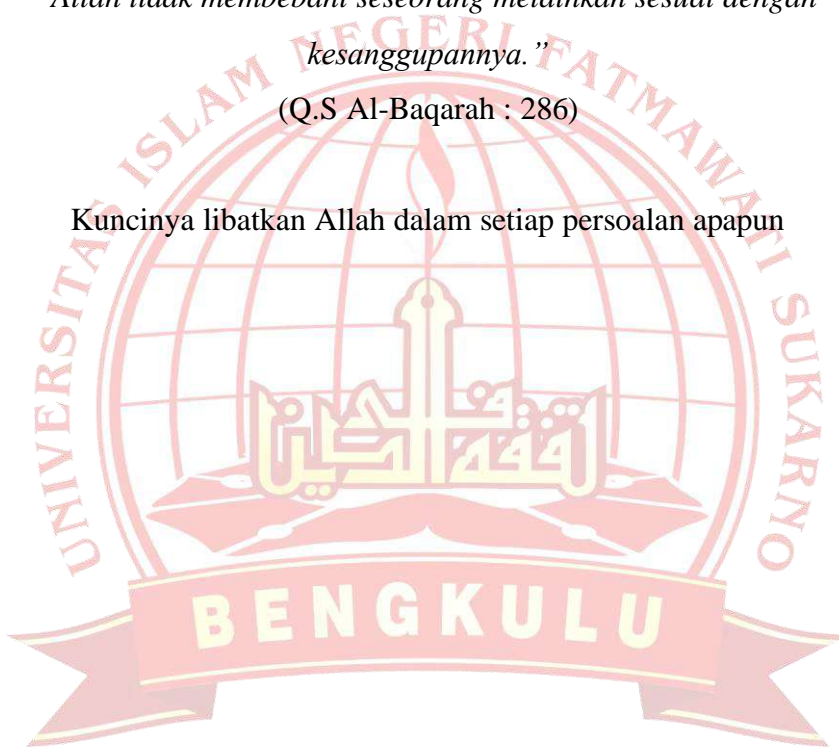
“Setetes keringat orang tuaku seribu langkahku untuk maju”

-Ena Pita Sari-

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

Kuncinya libatkan Allah dalam setiap persoalan apapun



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillahirobbil ‘alamiin, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah penulis lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang penulis rasakan ini akan penulis persembahkan kepada orang-orang tersayang dan berarti dalam hidup penulis :

1. Cinta pertama dan panutanku Ayahanda Diswantoro, Seseorang yang sangat berharga di hidup penulis yang selalu menjadi penyemangat hidup sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, beliau mampu mendidik anak-anaknya dengan baik, memberikan semangat dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai sarjana dan penulis persembahkan gelar ini untuknya.
2. Pintu surgaku Ibunda tersayang Sunasia, wanita hebat yang sudah melahirkan penulis terimakasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Terimakasih sebesar-besarnya atas segala pengorbanan, perhatian, kasih sayang dan semangat yang tiada hentinya ketika penulis merasa putus asa dan tidak mampu. Beliau menjadi penguat dan pengingat yang paling hebat.
3. Kepada cinta kasih saudara saudariku yaitu Ewi fitra yanti, arik sunandar dan arson sholeh serta saudara saudari ipar yaitu Bobi Rohmi dan Hewi Astita. Terimakasih telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, serta semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan berbagai saran saat

penulis mengalami kesulitan dan membantu material untuk memenuhi keperluan kebutuhan dalam menyelesaikan kuliah.

4. Kepada nenek tersayang yang sangat ingin melihat penulis sampai ke jenjang sarjana, beliau tak hentinya mengingatkan penulis untuk selalu rajin, tekun, selama menjalankan studi ini, sehingga perkataan beliau yang selalu melekat di ingatan penulis.
5. Keponakan-keponakan tersayang Filbert Pratama, Fania Alsa Bella, Arya Satya Ramadhan, Arka Hertama, Aqila Putri, Arcellio Devanka dan Al-Fatih Runsang, terimakasih atas tingkah lucu kalian yang membuat penulis semangat dan selalu senang.
6. Teman-teman MHU Angkatan 2020 khususnya MHU B yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *se you on top guys*
7. Terimakasih untuk semua keluarga besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
8. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras berjuang sampai sejauh ini dan memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan jurnal ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, sampai akhirnya dapat menyelesaikan jurnal ini Terimakasih banyak sudah bertahan sampai detik ini.

ABSTRAK

**Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap
Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz
Indowisata Kota Bengkulu
Oleh Ena Pita Sari, NIM 2011170030**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Populasi pada penelitian ini adalah 150 jamaah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah (Y) (Thitung = 2,524, signifikansi = 0,014). Begitu juga, keunggulan bersaing (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah (Y) (Thitung = 2,966, signifikansi = 0,004). Secara simultan, kepercayaan dan keunggulan bersaing secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah (Fhitung = 8,601, signifikansi = 0,001). Kedua variabel tersebut menjelaskan sebesar 23,22% variasi dalam kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu.

Kata Kunci : Keunggulan Bersaing ; Kepercayaan ; Kepuasan.

ABSTRACT

The Influence of Trust and Competitive Advantage on Umrah Pilgrim Satisfaction (Study at PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu City)

By Ena Pita Sari, NIM 2011170030

This research aims to determine the influence of trust and competitive advantage on the satisfaction of Umrah pilgrims at PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu City. The research method used is quantitative. Sampling in this research was probability sampling. The technique for determining the number of samples used the Slovin formula. The population in this study was 150 PT congregations. Alhijaz Indowisata Bengkulu City. The sample in this study was 60 respondents using a questionnaire as a data collection tool. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that partially, trust (X1) has a positive and significant effect on congregation satisfaction (Y) (Tcount = 2.524, significance = 0.014). Likewise, competitive advantage (X2) also has a positive and significant effect on congregation satisfaction (Y) (Tcount = 2.966, significance = 0.004). Simultaneously, trust and competitive advantage together have a positive and significant effect on congregation satisfaction (Fcount = 8.601, significance = 0.001). This second variable explains 23.22% of the variation in satisfaction of Umrah pilgrims at PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu City.

Keyword : Competitive Advantage ; Trust ; Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya serta Hidayah-Nya yang telah menjadikan Al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman kehidupan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Jurnal yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”**

Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Tauladan kita Nabi Muhammad SAW, Keluarga, para Sahabat-Nya yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama islam yang sempurna dan menjadi anugrah serta rahmat bagi alam semesta. Penyusunan Jurnal ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.E) pada Program Studi Manajemen Haji dan Umroh (MHU) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) Bengkulu.

Penyelesaian Jurnal ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memfasilitasi dalam menambah ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

2. Bapak Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan dukungan keberhasilan penulis
3. Ibu Eka Sri Wahyuni, MM selaku ketua jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Jurnal ini
4. Bapak Adi Setiawan, Lc., M.E.I selaku sekretaris jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Jurnal ini
5. Bapak Romi Adetio Setiawan, M.A., Ph.D selaku pembimbing I yang telah memberikan ide, waktu, semangat dan motivasi serta kesabaran dalam membimbing dan mengarahkan dalam penyelesaian jurnal ini
6. Ibu Kustin Hartini, MM selaku pembimbing II yang telah memberi ide, pengetahuan, waktu, semangat serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan Jurnal ini.
7. Bapak DR, Syaril, S.Sos, M.Pd selaku kepala perpustakaan serta Bapak dan Ibu staff perpustakaan UINFAS Bengkulu yang telah membantu penulis dalam meminjam buku sebagai penunjang penyusunan Jurnal ini.
8. Bapak dan Ibu dosen program studi manajemen Haji dan Umroh Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sebagai bekal pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan agama.
9. Bapak H. Abas Jauhari selaku pimpinan Kepala Cabang PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu dan Ibu Susten Mariani, SE selaku Wakil Kepala Cabang PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. yang telah

memberikan wadah, Terimakasih sudah mau direpotkan, terimakasih juga atas waktu dan kesempatan kepada saya dalam melakukan penelitian guna penyelesaian Jurnal ini.

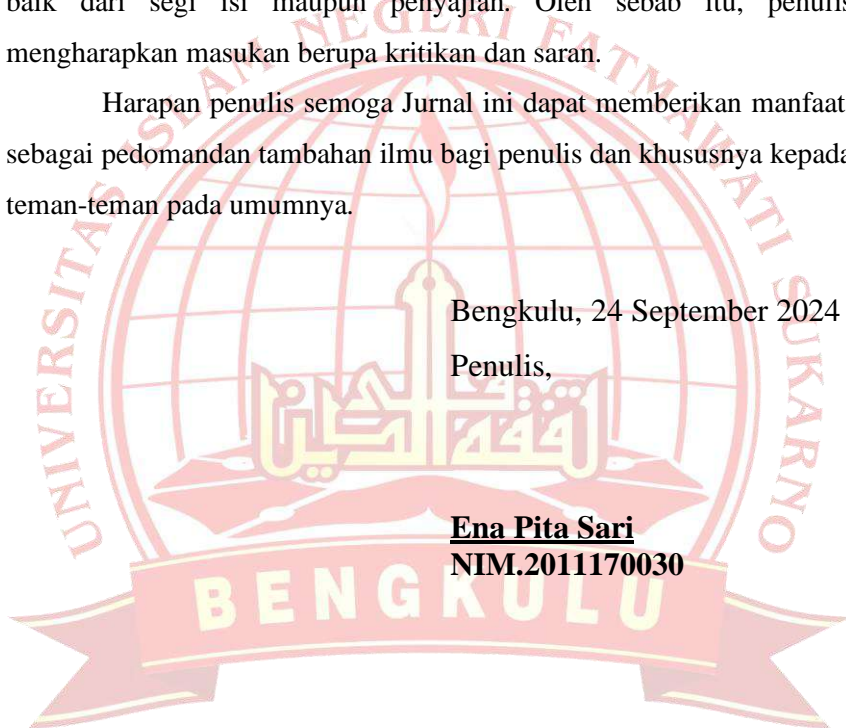
Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis, Jurnal ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran.

Harapan penulis semoga Jurnal ini dapat memberikan manfaat, sebagai pedoman dan tambahan ilmu bagi penulis dan khususnya kepada teman-teman pada umumnya.

Bengkulu, 24 September 2024

Penulis,

Ena Pita Sari
NIM.2011170030



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Penelitian Terdahulu.....	12
F. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori	19
1. Kepuasan Konsumen	19
2. Kepercayaan	24
3. Keunggulan Bersaing.....	28
B. Kerangka Berpikir Penelitian.....	34
C. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
E. Variabel dan Definisi Operasional	42
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas variabel X1 X2 Y.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Uji X1.....	52
Tabel 4.5 Hasil Output Uji Reabilitas X2	53
Tabel 4.6 Hasil Output Uji Reabilitas Y	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji F Test.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama yang mayoritas diyakini oleh penduduk Indonesia, kewajiban beribadah dalam agama Islam antara lain adalah sholat 5 (lima) waktu, berpuasa di bulan Ramadhan, dan Haji atau Umrah adalah ibadah yang wajib dikerjakan oleh umat Islam bagi yang sudah mampu dalam hal ini umumnya diartikan sebagai mampu dalam hal ekonomi mengingat biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan ibadah haji atau umrah tidaklah sedikit.¹

Ibadah haji dan umrah adalah perjalanan ibadah yang harus benar-benar disiapkan dari segala hal yang berkaitan baik dari segi materil maupun immateril, sehingga dalam penyelenggaraannya diperlukan kerjasama dan koordinasi yang kuat, manajemen dan penanganan yang baik serta sumber daya manusia yang handal dan mampu dipercaya. Karena hal ini sangat berpengaruh pada serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah yang melibatkan banyak orang dalam pengelolaan dan masyarakat atau jamaah dengan rentan waktu yang tidak sebentar baik pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di

¹ Kasturiani Rita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018) h.7

Indonesia yakni sebelum pemberangkatan maupun ketika pelaksanaan ibadah berlangsung di tanah suci.²

Minat masyarakat untuk menunaikan ibadah haji dan umrah di Indonesia sangat tinggi, sehingga memunculkan peluang bisnis yang menjanjikan. Jumlah jamaah umrah Indonesia terus meningkat, dan Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah jamaah umrah terbanyak. Pada tahun 2023 jumlah jamaah umrah Indonesia sebanyak 1,3 juta orang. Pada tahun 2024 hingga september hampir mencapai 2 juta orang, berarti dari tahun 2023 ke 2024 perkembangan jamaah umrah di Indonesia sekitar 700 ribu orang. Ini membuktikan pergerakan jamaah umrah Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang sangat signifikan.³ Para pelaku bisnis biro perjalanan (Travel) menjadikan situasi ini sebagai peluang bisnis yang sangat menguntungkan sehingga banyak tumbuh bisnis travel yang menyelenggarakan paket perjalanan ibadah.

Menurut Fauzia Ramadania kepuasan merupakan hasil penilaian terhadap apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang diterima pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila yang diharapkan lebih tinggi dari kualitas produk layanan maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan sebaliknya apabila harapan

² Hanim Na'imatul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), h.1-2

³ Haji Kemenag.go.id, "Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji Dan Umrah", 2024. <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/lebih-setahun-dirawat-di-rs-saudi-kemenag-kawal-kepulangan-jamaah-umrah-ke-tanah-air> (Diakses, 26 September 2024)

pelanggan sama atau lebih rendah dari kinerja produk layanan maka pelanggan akan puas.⁴ Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga pelanggan tidak beralih pada perusahaan lain.

Kepuasan dapat diukur dengan 3 indikator yaitu: 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, pelayanan yang diberikan karyawan sesuai atau melebihi yang diharapkan, 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait, meliputi minat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, minat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk, 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan, menyarankan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.⁵

⁴ Fauziah Ramadania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Dan Haji" (Skripsi, STAI Auliarrasyidin Tembilahan, 2021) h.2

⁵ Alpian Oktori, "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Religi Masjid Al-Kahfi Kabupaten Kaur", *Journal Of Economic, Bussines, And Accounting Costing*, 7.2 (2024) h. 4-5

Terbentuknya kepuasan pelanggan bisa menghasilkan beberapa manfaat yaitu keharmonisan antara perusahaan dan pelanggan, terciptanya pembelian ulang dan kesetiaan pelanggan serta terciptanya rekomendasi dari mulut kemulut yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan yang puas kembali dan terus menggunakan jasa atau produk yang membuat ia puas. Pelanggan yang tidak puas atau kecewa akan memberi respon yang lebih buruk dua kali lipat mengenai pengalaman buruknya.⁶

Akan tetapi dengan maraknya travel yang berbasis abal-abal, sehingga mengakibatkan kurangnya kepercayaan dari para calon jamaah untuk menggunakan biro-biro yang ada. Untuk menghindari itu semua diperlukannya manajemen pelayanan yang baik dan benar pada biro-biro traveling yang menangani haji dan umrah. Agar para jamaah dapat merasakan kenyamanan untuk menggunakan jasa dari biro-biro tersebut.⁷

Islam melarang seorang muslim untuk melakukan usaha yang tidak halal, termasuk dalam melakukan bisnis travel haji dan umrah. Hal ini menandakan bahwa Islam tidak hanya berfokus pada bagaimana memaksimalkan keuntungan yang akan didapatkan, akan tetapi sebagai seorang muslim juga harus

⁶ Mononimbar, “*Total Quality Management (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Terhadap Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di PT. Taspen Manado*”, *Jurnal EMBA*, 1.3 (2013), h.1041-1048.

⁷Dian Suci Rahmadanty, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT Sela Express Tour And Travel Pekanbaru”, (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2021), h.15

memperhatikan sektor bisnis yang akan dilakukan, apakah usahanya bertentangan dengan prinsip Islam atau tidak, karena jika bertentangan dengan prinsip Islam, maka keuntungan yang didapatkan akan berasal dari sektor yang tidak halal dan dilarang dalam Islam.⁸ Seseorang yang melakukan ibadah dengan tulus kepada Allah dan sesuai dengan prinsip syariah diharapkan akan mengalami dampak positif dalam kehidupan sehari-harinya. Dampak tersebut muncul pada kualitas perbuatan dan etika.⁹

Kepercayaan merupakan hal yang ingin dimiliki semua perusahaan dari para konsumen. Kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Dengan adanya kepercayaan konsumen maka akan terjadi pembelian ulang, mengajak orang lain untuk membeli produk/jasa yang dipercaya, menyebarkan citra positif produk/jasa yang dipercaya sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan perusahaan maka akhirnya akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.¹⁰

⁸ Romi Adetio and Anjas Saputra, “ Analisis Valuasi Harga Saham *Healthcare* Menggunakan *Price to Earnings Ratio (PER)* Pada Saham Syariah”, *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3.2 (2022) 157-178 (h. 158)

⁹ Romi Adetio Setiawan, “*Avoidance of Riba-Based Loans and Enhancement of Quality of Life : An Indonesian Context Analysis*” *Journal of Religions*, 14.11(2023)

¹⁰ Vera Lusiana, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Semarang, 2019), h.19

Kepercayaan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu: 1)Kemampuan(*Ability*), 2)Kebaikan hati (*Benevolence*), 3)Integritas(*Integrity*).¹¹

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dimana keunggulannya digunakan untuk kompetisi dan bersaing dengan perusahaan lainnya, keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik lebih hanya sekedar mengimbangi harga.¹² Semakin tinggi keunggulan bersaing sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasannya.

Keunggulan bersaing diartikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan rata-rata lebih tinggi dari pada pesaingnya.¹³ Sehingga perusahaan dianggap selangkah lebih maju dari pesaingnya. Setiap perusahaan memiliki sumber keunggulan bersaing yang berbeda-beda dan harus cermat dalam melihat kondisi pasar agar dapat merumuskan strategi yang tepat.

¹¹ Muhammad In'amul Chulaifi, Endang Setyowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya", *Jurnal Hasil Penelitian lppm Untag Surabaya*, 03.01(2018), 40-54(h.46)

¹² Gilang Prasidya Jati, "Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang", (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2014), h.1

¹³ Rahmatul Ummah, "Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Palopo, 2019), h.4

Keunggulan bersaing dapat diukur dengan 3 indikator yaitu: 1)Keunikan produk, Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran, 2)Kualitas Produk, Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan, 3)Harga Bersaing, Adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.¹⁴

Dalam usaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing pihak travel harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya. Pihak travel harus pandai menonjolkan apa yang menjadi kelebihanannya, tanpa harus menutup-nutupi apa yang menjadi kekurangan di mata pelanggan, sehingga tercipta citra travel yang jujur dan amanah di mata pelanggan.

Dengan persepsi yang diperoleh oleh pelanggan ini, maka keunggulan bersaing sudah didapatkan oleh perusahaan di mata pelanggan, di mana perusahaan lain belum melakukan hal yang sudah dilakukan oleh PT. Alhijaz Indowisata terhadap mereka. Dengan begitu bisa dikatakan bahwa kepuasan dari pelanggan

¹⁴ Syarah Syafira Al-Kubra, “Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dari Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing” (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia ,2019), h.19

bisa didapatkan melalui keunggulan bersaing yang berawal dari orientasi pasar yang baik dari perusahaan.¹⁵

Bisnis travel haji dan umrah merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan sehingga masalah keunggulan bersaing menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Lingkungan persaingan yang semakin ketat dan penurunan pertumbuhan penjualan perlu dicermati dan disikapi agar perusahaan swasta nasional dapat terus bertambah dan bahkan dapat terus meningkatkan kinerja pemasarannya. Dalam hal ini perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif yang tinggi agar dapat bertahan dan berjalan dengan baik.¹⁶

PT. Alhijaz Indowisata merupakan sebuah perusahaan swasta yang bergerak dibidang jasa perjalanan udara, darat dan laut. Alhijaz berkembang pesat dari mulai penjualan tiket maskapai penerbangan domestik dan luar negeri, tour keberbagai daerah dan negara hingga mengembangkan ke layanan jasa umrah dan haji plus. Tak hanya itu, pada tahun 2011 Alhijaz kembali

¹⁵ Junida Putra Ananta Bakti, dkk, "Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5.2 (2018), h.189

¹⁶ Zainuddin Tahuman, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4.3 (2016), h.446

membuka divisi baru yaitu provider visa umrah yang bekerja sama dengan *muassasah* Arab Saudi.¹⁷

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan pada dasarnya jamaah sudah puas terhadap PT. Alhijaz Indowisata, hal ini dapat dilihat dari terciptanya pembelian ulang dan kesetiaan jamaah kepada PT. Alhijaz Indowisata. Selain itu kepercayaan jamaah terhadap PT. Alhijaz Indowisata dilihat dari keharmonisan jamaah dengan pihak perusahaan. Di sisi lain PT. Alhijaz Indowisata telah unggul dalam bersaing dari pesaing lainnya dibuktikan dengan PT. Alhijaz Indowisata yang menawarkan produk dengan harga yang lebih murah dari pesaingnya, teknik pemasaran yang dilakukan PT. Alhijaz Indowisata yaitu dengan menggunakan sosial media dan juga terjun ke lapangan sehingga pelanggan yang menggunakan produk/jasa PT. Alhijaz Indowisata tidak hanya dari dalam kota saja, namun banyak juga yang dari luar kota.¹⁸

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”

¹⁷ ISLOKER.COM, “Alhijaz Tour & Travel Biro Perjalanan Wisata, Haji & Umrah PT. Alhijaz Indowisata”, 2015. <https://isloker.com/id/company/detail/5596> (Diakses, 24 Januari 2024)

¹⁸ Susten Mariani S.E, Wakil Kepala Cabang PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu, *Wawancara* (Asrama Haji, 28 Januari 2024, Pukul 09:30)

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu
2. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu
3. Apakah kepercayaan dan keunggulan bersaing secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu
3. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dan keunggulan bersaing secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait, antara lain:

1. Manfaat teoritik

Secara teoritik, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pengetahuan khususnya terkait dengan konsep kepercayaan dan keunggulan bersaing serta dapat dijadikan sebagai literatur kepustakaan dan acuan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam umrah, dengan memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah umrah dan memberikan informasi tentang pentingnya memilih penyedia layanan umrah yang memiliki reputasi yang baik dan keunggulan bersaing.

b. Bagi biro umrah

Bagi biro umrah, hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menyediakan jasa umrah yang baik dan layak kepada para jamaah dengan meningkatkan kepercayaan dan keunggulan bersaing sebagai salah satu aspek kepuasan jamaah.

c. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dan referensi untuk membantu menyusun penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, serta untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu.

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Yuliana Puji Lestari yang bertujuan untuk melihat kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (jamaah haji dan umroh). Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 350 orang, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jamaah dengan nilai t hitung (7,302) > t tabel (2,035) dengan nilai signifikan yang dihasilkan (0,000) masih berada dibawah 0,05. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 61,8% terhadap kepuasan jamaah, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek

penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objeknya.¹⁹

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Na'imatul Hanim yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan jamaah umroh. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 89 orang, teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 dan 2 menggunakan analisis regresi linier sederhana yang dikuatkan dengan uji t, sedangkan untuk menjawab rumusan masalah 3 menggunakan analisis regresi linier berganda yang dikuatkan dengan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,305 > 1,987$, atau besarnya pengaruh ada 17,6%. (2) Secara parsial ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan jamaah umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ $7,011 > 1,987$, atau besarnya pengaruh 36,1%. (3) Secara simultan ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan jamaah umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel

¹⁹ Puji Lestari Yuliana, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Jamaah PT. Sela Tour And Travel Di Kota Pekanbaru" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019)

Umroh Ponorogo karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $28,894 > 3,10$, atau besarnya pengaruh $40,2\%$. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian sedangkan persamaannya terletak pada objeknya.²⁰

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Ria Kasturiani yang bertujuan untuk menjelaskan (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun, (2) pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun, (3) pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 60 orang, teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 dan 2 menggunakan analisis regresi linier sederhana, sedangkan untuk menjawab rumusan masalah 3 menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Secara parsial ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,700 > 2,002$), atau besarnya pengaruh adalah $70,2\%$, maka H_{a1}

²⁰ Hanim Na'imatul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

diterima dan Ho1 ditolak. (2) Secara parsial ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,489 > 2,002$), atau besarnya pengaruh adalah 17,4%, maka Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. (3) Secara simultan ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umroh PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($70,043 > 3,16$), atau besarnya pengaruh adalah 71,1%, maka Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian sedangkan persamaannya terletak pada objeknya.²¹

4. Penelitian yang dilaksanakan oleh Putri Dwi Cahyani, dkk, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh apa saja yang mempengaruhi inovasi, keunggulan bersaing, juga orientasi pasar atas kepuasan pelanggan pada UMK di dusun Combongan. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen yang berbelanja di UMK dusun Combongan. Teknik analisis yang digunakan adalah yakni purposive sampling melalui membagikan kusioner yang di ukur melalui skala likert. Pada analisis ini digunakan analisis analisis regresi berganda untuk penganalisisannya. Diperoleh pandangan

²¹ Kasturiani Rita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018)

dari analisis yaitu menunjukkan inovasi tidak berpengaruh atas kepuasan pelanggan namun keunggulan bersaing berpengaruh positif atas kepuasan pelanggan dan orientasi pasar tidak mempengaruhi atas kepuasana pelanggan. Hasil analisis ini terdapat petunjuk bahwa dengan cara uji simultan variabel inovasi, keunggulan bersaing, juga orientasi pasar mempengaruhi secara baik atas kepuasan pelanggan pada UMK di dusun Combongan.²²

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Buddy, Tabroni, Fahrudin Salim yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada reputasi perusahaan pada travel umroh di Jakarta timur. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini sebanyak 160 responden dari 5 travel umroh yang diteliti, teknik analisis data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah dengan Software LISREL. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

²² Putri Dwi Cahyani, Dkk, “Pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar, Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Pada Konsumen UMK di Dusun Combongan”, *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah*, 5.4 (2023)1493-1503 (h.1493)

Sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Adapun variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan pada biro travel umroh di Jakarta Timur. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian sedangkan persamaannya terletak pada objeknya.²³

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan adalah sebuah urutan atau kerangka berpikir dalam proses penulisan skripsi. Dalam sistematika pembahasan, peneliti menyajikan data dalam bentuk bab pembahasan.

Masing-masing bab terdapat sub bab. Setiap sub bab menjelaskan tentang pokok bahasan dari bab yang berkaitan. Peneliti menguraikan pembahasan secara sistematis. Peneliti juga menguraikan pembahasan dalam lima bab.

BAB I adalah pendahuluan. Pada bab ini, peneliti menyajikan tentang latar belakang penelitian. Hal tersebut bertujuan, agar pembaca dapat mengetahui maksud dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Selain pembahasan tentang latar belakang penelitian, peneliti juga mengemukakan tentang rumusan masalah, tujuan, manfaat, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

²³ Buddy, Tabroni, & Salim, F, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan(Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur)”, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4.2 (2019), h.111

BAB II adalah Kajian Teori. Pada bab ini, peneliti membahas tentang teori yang berkaitan dengan fokus penelitian. Peneliti lebih menekankan pada penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian ini. Peneliti juga menyertakan landasan ilmiah. Selain itu, bab ini juga berisi tentang kajian pustaka.

BAB III adalah metodologi penelitian. Pada bab ini, peneliti menjelaskan tentang teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian. Tahap-tahap penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik validasi data, dan teknik analisis data. Peneliti perlu memberikan gambaran secara utuh, sehingga hasil penelitian mampu menjawab rumusan masalah yang sudah dirancang.

BAB IV adalah hasil penelitian. Pada bab ini, peneliti memaparkan tentang hasil penelitian. Penyajian data ini disajikan dengan data yang diperoleh dari lapangan. Pada bab ini, peneliti memaparkan tentang pembahasan hasil penelitian. Pembahasan hasil penelitian dijadikan sebagai landasan dalam menjawab rumusan masalah yang sudah di rancang di awal.

BAB V adalah penutup. Bab ini merupakan bab terakhir dalam pembahasan. Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian. Hal tersebut akan menjadi jawaban dari rumusan masalah. Selain itu, bab ini juga berisi tentang saran dan rekomendasi.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk/jasa yang dipersepsikan dengan nilai ekspektasinya. Apakah seorang konsumen puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk/jasa dibandingkan harapan konsumen. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas, bila kinerja sama dengan harapannya maka konsumen akan puas, jika kinerja melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas atau bahagia.²⁴

Menurut Tse dan Witon, Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian produk dan kinerja *actual* produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi

²⁴ Opan Arifudin, dkk, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, Edisi 1 (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), h.154

produk yang bersangkutan.²⁵ Jika barang atau jasa tersebut dirasakan konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan amat puas atau senang.

Jadi, kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen. Kepuasan konsumen akan diperoleh jika kinerja suatu produk atau jasa dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen dan konsumen merasa tidak puas jika kinerja suatu produk atau jasa kurang dari yang diharapkan konsumen.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan, kualitas jasa diukur oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan pribadi, faktor-faktor tersebut masuk ke dalam analisis dari kepuasan pelanggan PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

²⁵ Tse dan Wilton, *Kepuasan Pelanggan* Edisi : 3 (Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia, 1988)

Menurut Zeitmar dan Bitner yang dikutip oleh Mulia Siregar Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut²⁶ :

- 1) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 4) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh pelanggan
- 5) Faktor pribadi, dari pelanggan, yaitu karakteristik pelanggan yang mencakup kebutuhan pribadi.

Menurut Rangkuti yang dikutip oleh Pandit faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut²⁷ :

²⁶ Mulia Siregar, “Analisis Kepuasan Pelanggan Ompo Gende Coffe Medan”, *Jurnal Diversita*, 7.1 (2021), h.116

²⁷ Pandit, “ Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Jamaah Calon Haji Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Kapuas”, (Tesis, STIE Banjarmasin, 2013), h.45

- 1) Nilai, yaitu pengkajian menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut.
- 2) Daya saing, suatu produk dikatakan mempunyai daya saing bila keunikan serta kualitas pelayanannya disesuaikan dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- 3) Persepsi pelanggan, adalah proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna.
- 4) Tingkat kepentingan pelanggan (harapan) didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa tersebut.

c. Indikator kepuasan pelanggan

- 1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan pelayanan yang diberikan karyawan sesuai atau melebihi yang diharapkan.

- 2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait, meliputi minat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, minat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.

3) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan, menyarankan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

d. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya :

- 1) Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan reputasi perusahaan di mata konsumen²⁸

²⁸ Muhammad In'amul Chulaifi, Endang Setyowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Walaupun setiap travel biro haji dan umrah yang berhasil ingin memberikan jasa layanan yang memuaskan jamaah, namun ini bukanlah satu satunya sasaran. Travel biro haji dan umrah tidak dapat melupakan sasaran bisnis lainnya seperti mencakup keunggulan bersaing untuk mencetak keuntungan kepuasan jamaah memberikan manfaat banyak bagi travel biro haji dan umrah. Dan tingkat kepuasan jamaah semakin tinggi akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik pada terus-menerus menarik rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar suka yang berlebihan.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk) seseorang, maka pelangganlah yang menentukan kualitas suatu produk.

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan atau kerelaan untuk bersandar pada rekan yang terlibat dalam pertukaran yang diyakini. Kerelaan merupakan hasil dari sebuah keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan

Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya”, *Jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17*, 03.01, (2018) h. 46-47.

kualitas yang konsisten, kejujuran, bertanggung jawab, ringan tangan dan berhati baik. Keyakinan ini akan menciptakan sebuah hubungan yang dekat antara pihak yang terlibat pertukaran.²⁹

Kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa ada yang memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umum di miliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat di percaya yang terbentuk dari pengalaman.³⁰

Kepercayaan merek dipertimbangkan sebagai harapan yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek memiliki kualitas spesifik yang membuat konsisten, kompeten, jujur, bertanggung jawab dan lain-lain yang sejalan dengan penelitian kepercayaan.³¹

²⁹ Ferry Setyadi Atmadja, “Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Pada PT. Wisata Titiannusantara Pelangi Di Jakarta Pusat”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2019) h. 37-38.

³⁰ Ferry Setyadi Atmadja, “Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah pada PT. Wisata Titiannusantara Pelangi di Jakarta Pusat”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2019) h. 38.

³¹ Chandra Warsito, *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*, Edisi 1 (Purwokerto : STAINN Press, 2021), h.44

Green dalam peppers dan Rogers sebagaimana dikutip oleh Prima Satria & Edastama, menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah³²:

1) Kredibilitas

Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat mempercayai apa yang dikatakannya mengenai...” Bentuk lain yang berhubungan dengan *believability dan truthfulness*.

2) Reliabilitas

Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat reliabel atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan; “saya dapat mempercayai apa yang akan dilakukannya...” Bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability dan familiarity*.

3) *Intimacy*

Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya internal *consistency*, ada kesesuaian antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi

³² Edastama, Primasatria, “Pengaruh Kualitas Service Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kecerdasan Prilaku Mahasiswa pada Perguruan Tinggi di Jakarta”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7.1(2014) h.129-151

antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas juga menunjukkan adanya ketulusan.

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun relationship, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama.

Adapun faktor yang mempengaruhi kepercayaan adalah sebagai berikut :

1) Pengalaman (*Experienced*)

Pengalaman adalah relevan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis, akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2) Kualitas kerja

Kualitas kerja adalah proses dan hasil kerja perusahaan yang dapat dinilai oleh sebagian pelanggan atau masyarakat. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang berkualitas.

3) Kecerdasan

Kemampuan perusahaan dalam mengelola masalah yang terjadi dalam perusahaan. Kecerdasan juga dapat membangun kepercayaan, karena kredibilitas yang tinggi

tanpa didasari oleh kecerdasan dalam menarik pelanggan tidak mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.³³

b. Indikator kepercayaan

Kepercayaan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu :

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik.

2) Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.

3) Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya.

3. Keunggulan Bersaing

a. Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Untuk merancang

³³ Panca Winayuningsih, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus", *Jurnal Sosial dan Budaya*, 3.2 (2010) 1-17 (h. 3-4)

penawaran pasar yang menghantarkan nilai lebih daripada pesaing yang berusaha memenangkan pasar yang sama, perusahaan harus memahami pelanggan dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan.³⁴

Keunggulan kompetitif mengacu pada keunggulan yang dimiliki suatu produk atau perusahaan dibandingkan pesaingnya. Dalam travel haji dan umrah, keunggulan kompetitif menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan global.³⁵

Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing ini secara eksplisit memulai kegiatan-kegiatan dari berbagai departemen fungsional perusahaan yang ada. Pemikiran dasar dari Penciptaan strategi bersaing berawal dari pengembangan, apakah sebenarnya yang menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

³⁴ Pattipeilohy, V.R. "Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing. Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)", *Jurnal Maneksi*, 7.1 (2018) h. 66-73

³⁵ Kustin Hartini, "Strategies For strengthening The Competitive Advantage of Export Halal Food Products in Optimizing Expansion in the Global Market", *Journal Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 1.1 (2023), 3026-5657, (h.843)

Keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang di peroleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat yang lebih besar karena harganya lebih tinggi. Keunggulan bersaing menggambarkan bahwa suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain walaupun mereka bergerak dalam lingkungan industri yang sama.

Islam mendorong umatnya untuk berusaha dan mencari nafkah, dengan syarat bahwa usaha tersebut sesuai dengan aturan Islam dan tidak bertentangan dengan ajaran agama. Islam memperbolehkan manusia untuk mengembangkan usaha dan menerapkan berbagai strategi agar kehidupan mereka terus berjalan. Hal ini harus dilakukan sesuai dengan aturan Islam, dengan melarang usaha yang melibatkan cara yang haram yang dapat merugikan manusia.³⁶

³⁶ Romi Adetio Setiawan, *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation* (Taylor & Francis, 2023).

b. Strategi Keunggulan Bersaing

Terdapat 3 strategi keunggulan bersaing dasar

1) Kepemimpinan Biaya Menyeluruh

Perusahaan bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi terendah. Dengan biaya rendah tersebut memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih rendah dari pada pesaingnya dan menawarkan harga yang lebih rendah pula daripada para pesaingnya.

2) Diferensiasi

Perusahaan berkonsentrasi untuk menciptakan lini produk dan program pemasaran yang terdiferensiasi sehingga dengan memberikan produk atau jasa yang spesial dan unik kepada konsumen maupun melalui program pemasaran promosi yang berbeda dari pesaingnya.

3) Fokus

Perusahaan memfokuskan usahanya untuk melayani beberapa segmen pasar dengan baik dan tidak mengejar seluruh pasar.

c. Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Syarah Syafira Al-Kubra beberapa indikator yang di gunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah³⁷ :

1) Keunikan produk

Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga memiliki daya tarik bagi pelanggan.

2) Kualitas Produk

Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.

3) Harga Bersaing

Adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk

³⁷ Syarah Syafira Al-Kubra, “Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dari Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing” (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia ,2019), h.19

yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyesuaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.³⁸

Mempertahankan keunggulan bersaing yang baik pada perusahaan tergantung pada sumber daya dan kemampuan dalam mengolah perusahaan. Kunci utama dalam mempertahankan posisi keunggulan bersaing yaitu sumber daya dan kemampuan agar bertahan dalam kinerja bisnis jangka panjang. Terdapat tiga hal penting sebagai indikator sebuah sumber daya saing dari sebuah bisnis dapat unggul yaitu :

- 1) *Superior skill*, mencakup kemampuan teknik manajerial dan operasional dalam menjalankan bisnis.
- 2) *Superior resources*, mencakup jaringan distribusi, *brand image*, kapasitas produksi, *sales force*, teknologi, sumber daya alam yang dapat menghasilkan *cost leadership*, ataupun diferensiasi yang menghasilkan nilai superior bagi konsumen.

³⁸ Syarah Syafira Al-Kubra, “Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dari Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing” (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia ,2019), h.19

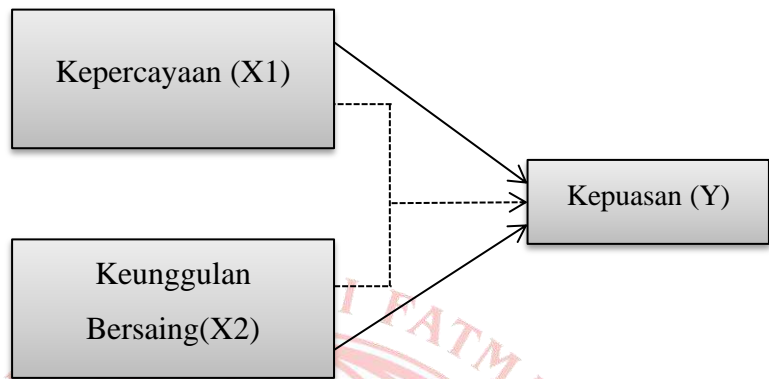
- 3) *Superior performance* dalam setiap pertukaran *value* dalam kegiatan mendesain, memproduksi, memasarkan, mendeliver dan *support produk*.³⁹

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran disintesis dari fakta-fakta dan observasi. Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen(X) dan dependen(Y).

Dalam penelitian ini variabel independen yang ingin diteliti yaitu kepercayaan(X1) dan keunggulan bersaing(X2). Variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan jamaah umrah. Subjek penelitiannya adalah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Untuk memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian penelitian ini maka disusunlah kerangka penelitian sebagai berikut:

³⁹ Rahmatul Ummah, “Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019), h.20-21



C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data.⁴⁰

Berdasarkan masalah pokok di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah dapat diduga bahwa :

H_{a1} :Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

H₀₁ :Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu

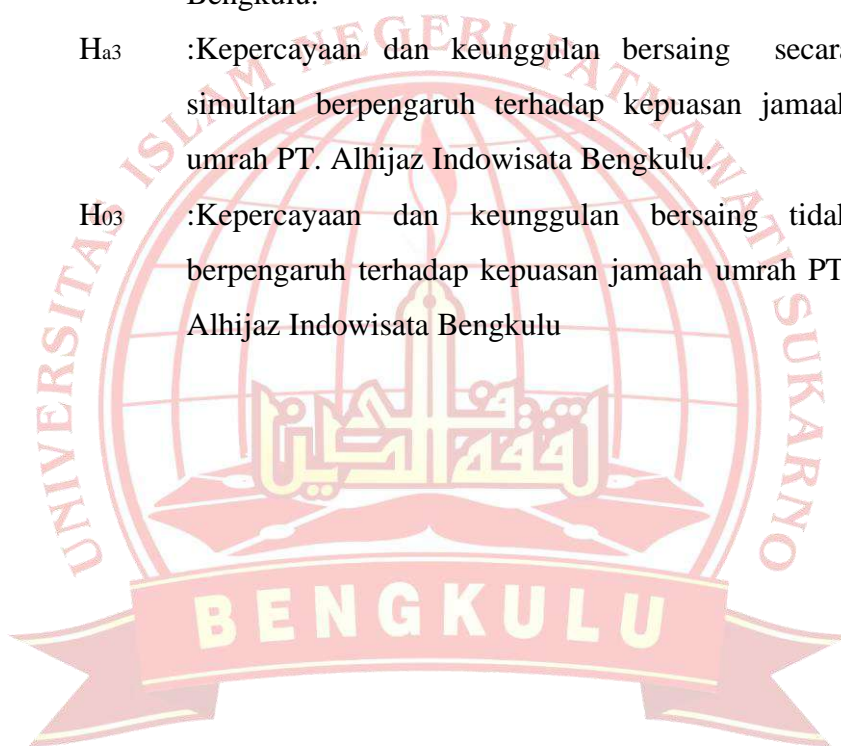
⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h.99-100

H_{a2} :Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

H₀₂ :Keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

H_{a3} :Kepercayaan dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

H₀₃ :Kepercayaan dan keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴¹

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini dibutuhkan tanggapan responden terkait pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri berdasarkan kebutuhan peneliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h.16-17

pertanyaan tertulis dengan membagikan kuesioner pada jamaah umroh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 9 bulan 14 hari yaitu dimulai pada tanggal 10 Oktober 2023-24 Agustus 2024

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini di PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu, yang terletak di Jl. Adam Malik No. 16 RT 01, RW 01 Kel Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Bengkulu 38211

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas:obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Sesuai dengan judul di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah jamaah umroh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu tahun 2024 dengan jumlah populasi 150 jamaah umroh.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h.126

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴³ Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu teknik atau cara pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota dari populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus dan perhitungan yang sederhana. Berikut merupakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%:

Rumus Slovin

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

Keterangan

n : Jumlah kuota sampel

N : Jumlah populasi

e : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerin

$$n = \frac{150}{1 + 150(10\%)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0.01)}$$

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h.127

$$\begin{aligned}n &= \frac{150}{1 + 1.5} \\n &= \frac{150}{2.5} \\&= 60\end{aligned}$$

Sampel yang diperoleh berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan jumlah populasi 150 yang bersedia untuk mengisi kuesioner, dapat ditentukan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 60 sampel.

Teknik dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probality sampling*, yaitu teknik atau cara pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota dari populasi untuk dipilih sebagai sampel.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuesioner yang telah diisi oleh responden. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang diperoleh dari artikel, jurnal, buku dan media elektronik sebagai pedoman dan landasan dalam penyusunan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pernyataan-pernyataan tertulis kepada responden/objek penelitian yang memiliki skor/nilai terhadap masing-masing pernyataan. Responden dalam penelitian ini jamaah umrah PT, Alhijaz Indowisata Bengkulu. Selain itu, data sekunder juga diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu data dari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini dan mendukung penelitian.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umroh, pengukuran yang digunakan oleh penulis berbentuk kuesioner, teknik pengukurannya menggunakan skala *likert*, dengan kategori 5 pilihan jawaban.

Jawaban item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai yang sangat negatif. Responden akan diberikan jawaban dalam bentuk pernyataan dengan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel independen : variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel dependen : sering disebut variabel *output*, kriteria konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah kepercayaan dan keunggulan bersaing. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan jamaah.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h.67

2. Definisi Operasional

a. Kepercayaan

Kepercayaan adalah ketersediaan atau kerelaan untuk bersandar pada rekan yang terlibat dan pertukaran yang diyakini. Kerelaan merupakan hasil dari sebuah keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, kejujuran, bertanggung jawab yang baik.⁴⁵

Indikator kepercayaan yaitu :

- 1) Kemampuan (*Ability*)
- 2) Kebaikan Hati (*Benevolence*)
- 3) Integritas (*Integrity*)

b. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diartikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh keuntungan rata-rata lebih tinggi dari pada pesaingnya.⁴⁶

Indikator keunggulan bersaing yaitu :

- 1) Keunikan produk
- 2) Kualitas produk
- 3) Harga bersaing

⁴⁵ Ferry Setyadi Atmadja, "Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Pada PT. Wisata Titiannusantara Pelangi di Jakarta Pusat", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2019) h. 37-38

⁴⁶ Rahmatul Ummah, " Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba " (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019), h.4

c. Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara apa yang dirasakan dengan harapan sebelum barang atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi.⁴⁷

Indikator kepuasan yaitu :

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁴⁸

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁴⁹ Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen dan

⁴⁷ Fauzia Ramadania, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh dan Haji (Studi PT. Silversilk Cabang Tembilahan", (Skripsi, STAI Auliaurasyidin Tembilahan, 2021) h.30

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h. 175

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2 (Bandung : ALFABETA, 2020), h. 175

reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

G. Analisis Hipotesis

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diolah berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.⁵⁰

2. Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel atau lebih terhadap satu variabel terikat.

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan

a : Konstanta

X₁ : Kepercayaan

X₂ : Keunggulan Bersaing

b₁ : Koefesien regresi X₁

b₂ : Koefesien regresi X₂

3. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk melihat signifikan pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk

⁵⁰ Hayatun Nufus, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan *Consevatic Principle* Dalam Akuntansi Pada Industri Farmasin Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2021), h.55

pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai, yakni jika nilai probabilitas \leq nilai *alpha* (α), maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan.⁵¹

4. Uji F (Simultan)

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ($\text{sig} \leq 0,05$), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.⁵²

5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali yang dikutip oleh Vera Lusiana menyatakan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁵³

⁵¹ Hanim Naimatul, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), h.62

⁵² Hanim Naimatul, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), h.66

⁵³ Vera Lusiana, “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Semarang, 2015), h.82

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari jamaah yang terpilih menjadi responden. Penggolongan responden didasarkan pada jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Kuesioner yang telah diisi sebanyak 60 responden kemudian diolah menjadi data penelitian.

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa jumlah data pada setiap variabel pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah lengkap sesuai dengan jumlah responden sehingga dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Responden menurut jenis kelamin.

Karakteristik yang pertama dari responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, sample dikategorikan menurut jenis kelamin laki-laki dan perempuan, berikut adaah tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1
Responden Menurut Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	16	26,7%
2	Perempuan	44	73,3%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Kuesioner Responden 2024

Dari hasil tabel 4.1 menunjukkan bahwa 60 responden, maka responden terbanyak adalah yang berjenis kelamin perempuan responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu 73,3% atau sebanyak 44 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu yang menjadi sample dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin Perempuan

b. Responden menurut usia

Karakteristik yang kedua dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan usia sample, dikategorikan menurut usia 15-35 tahun, 36-46 tahun, 47-57 tahun, 58-68 tahun, 69-79 tahun, berikut adalah tabel karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4.2
Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15-35	9	15,0%
2	36-46	9	15,0%
3	47-57	16	25,7%
4	58-68	21	35,0%
5	69-79	5	8,3%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil Kuesioner Responden 2024

Dari hasil tabel 4.2 Di atas menunjukkan bahwa 60 responden maka responden penelitian ini adalah antara 58-68 tahun yaitu 35,0% atau sebanyak 21 orang, responden yang memiliki usia 15-35 tahun yaitu 15,0% atau sebanyak 9 orang, responden yang memiliki usia 36-46 tahun yaitu 15,0% atau sebanyak 9 orang, responden yang memiliki usia 47-57 tahun yaitu 25,7% atau sebanyak 16 orang, responden yang memiliki usia 69-79 tahun yaitu 8,3% atau sebanyak 5 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia konsumen PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah 58-68 Tahun.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevaliditasan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu hasil penelitian dikatakan valid apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tersebut valid. Sehingga uji validitas ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen untuk dijadikan sebagai alat ukur. Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas penelitian ini adalah rumus korelasi pearson product moment dan menggunakan program *SPSS 26.0 for windows*

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel X₁, X₂ dan Y

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
Kepercayaan	X1	611	0,254	Valid
	X2	520	0,254	Valid
	X3	484	0,254	Valid
	X4	403	0,254	Valid
	X5	718	0,254	Valid
	X6	533	0,254	Valid
	X7	536	0,254	Valid
	X8	779	0,254	Valid
	X9	802	0,254	Valid
	X10	716	0,254	Valid
	X11	748	0,254	Valid
Keunggulan Bersaing	X1	372	0,254	Valid
	X2	585	0,254	Valid
	X3	414	0,254	Valid
	X4	566	0,254	Valid
	X5	751	0,254	Valid
	X6	509	0,254	Valid
Kepuasan	Y1	646	0,254	Valid
	Y2	450	0,254	Valid
	Y3	636	0,254	Valid
	Y4	466	0,254	Valid
	Y5	661	0,254	Valid
	Y6	593	0,254	Valid
	Y7	650	0,254	Valid
	Y8	646	0,254	Valid
	Y9	450	0,254	Valid

Sumber : Data Diolah, SPSS26,2024

Dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa ada 26 pernyataan $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ dan bernilai positif.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjuk pada suatu pengertian bahwa adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Maksudnya bahwa suatu instrumen yang dikatakan reliabel apabila digunakan untuk menggunakan suatu objek yang sama beberapa kali maka data yang dihasilkan akan sama. Untuk mengetahui reliable atau tidaknya suatu instrumen maka dapat menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan perangkat lunak *SPSS 26 for windows* maka akan diperoleh nilai koefisien *Cronbach Alpha*, dimana suatu item instrumen dikatakan reliabel atau mempunyai kehandalan yang tinggi apabila diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$.

Sebelum pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen yang telah dibuat, instrumen terlebih dahulu diuji coba kan untuk mengetahui tingkat validitas dan realibilitasnya sehingga akan jelas item-item mana yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu.

Tabel 4.4
Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X1
(Kepercayaan)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	11

Dengan demikian dapat dilihat dari hasil output tabel 4.4 hasilnya dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepercayaan sebesar 0,83.

Adapun hasil uji realibitas variabel keunggulan bersaing berdasarkan perhitungan dengan bantuan program *SPSS 26 For Windows* diperoleh tabel hasil output sebagai berikut.

Tabel 4.5
Hasil Output Uji Reabilitas Variabel X2
(Keunggulan Bersaing)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.497	6

Dengan demikian dapat dilihat dari tabel 4.5 hasil output SPSS 26 hasilnya dapat diketahui nilai Cronbach's alpha untuk variabel kepercayaan sebesar 0,49.

Adapun hasil uji realibitas variabel kepuasan berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS 26 For Windows diperoleh tabel hasil output sebagai berikut.

Tabel 4.6
Hasil Output Uji Reabilitas Variabel Y
(Kepuasan)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	9

Dengan demikian dapat dilihat dari tabel 4.6 hasil output SPSS 26 hasilnya dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepuasan sebesar 0,75.

Dari ketiga tabel hasil output Uji Reabilitas dapat dilihat bahwa uji variabel keunggulan bersaing mendapatkan nilai terendah yaitu 0,49 dibandingkan uji reliabilitas variabel kepuasan yaitu 0,75 dan uji reliabilitas variabel kepercayaan yaitu 0,83. Hasilnya dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk ketiga variabel dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$

3. Analisis Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji yang digunakan untuk mengukur normalitas pada penelitian ini adalah dengan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* Versi 26. Pada Alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 berarti data terdistribusi normal.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13770451
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.038
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data Diolah, SPSS26,2024

Berdasarkan uji statistik normalitas pada tabel 4.7 menunjukkan nilai signifikansi $0,200 \geq 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.

Uji ini digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel atau lebih terhadap satu variabel terikat. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.119	6.412		2.514	.015
Kepercayaan	.222	.088	.295	2.524	.014
Keunggulan Bersaing	.533	.180	.347	2.966	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Diolah, SPSS26,2024

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh persamaan regresi berganda untuk penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 16,119 + 0,222X_1 + 0,533X_2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan

a : Konstanta

X₁ : Kepercayaan

X₂ : Keunggulan Bersaing

b_1 : Koefesien regresi X_1

b_2 : Koefesien regresi X_2

Hasil persamaan regresi di atas memberikan pengertian bahwa :

- 1) Konstanta 16,119 menyatakan bahwa variabel *Independent* dianggap konstan, maka besaran rata-rata kepuasan adalah 16,119
- 2) Koefesien regresi variabel kepercayaan (X_1) bertanda positif (+0,222) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh searah terhadap variabel kepuasan, artinya jika semakin baik kepercayaan yang dibangun oleh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu, maka semakin tinggi pula kepuasan jamaah umrah pada biro tersebut.
- 3) Koefesien regresi variabel keunggulan bersaing (X_2) bertanda positif (+0,533) menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing mempunyai pengaruh searah terhadap variabel kepuasan, artinya jika semakin baik keunggulan bersaing PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu, maka semakin tinggi pula kepuasan jamaah umrah pada biro tersebut.

c. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk melihat signifikan pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk

pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai, yakni jika nilai probabilitas \leq nilai *alpha* (α), maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah :

Jika $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$, artinya variabel bebas(X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat(Y).

Kesimpulan :

Nilai signifikan $\leq 0,05$ maka H_a diterima H_0 ditolak

Nilai signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak

1) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,014 \leq 0,05$ atau $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,524 \geq 1,672$)

Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1 terhadap Y.

H_1 : Kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah.

2) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,004 \leq 0,05$ atau $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,966 \geq 1,672$)

Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_2 terhadap Y .

H_2 : keunggulan bersaing secara Parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah.

d. Uji F(Simultan)

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ($sig \leq 0,05$), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun dasar pengambilan keputusan ialah :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari tabel anova, sedangkan nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel F yaitu dengan rumus :

$$F_{tabel} = (k : n-k)$$

$$= (2 : 57)$$

dengan demikian, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,16.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan menggunakan *Software SPSS 26 For Windows* maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji F Test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.366	2	40.683	8.601	.001 ^b
	Residual	269.617	57	4.730		
	Total	350.983	59			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kepercayaan						

Dari hasil pengujian, dapat dilihat dari tabel 4.9 bahwa $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($8.601 \geq 3,16$) dan Signifikansi $0,001 \leq 0,05$. Berdasarkan kriteria, dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, artinya kepercayaan dan keunggulan bersaing berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan jamaah umrah..

H₃ : Kepercayaan dan keunggulan bersaing secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah.

e. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali yang dikutip oleh Vera Lusiana menyatakan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁵⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dengan menggunakan *software SPSS 26 for windows*, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 ^a	.232	.205	2.175
a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kepercayaan				

Dari output dalam regresi linier berganda, nilai R sebesar 0,481 menunjukkan korelasi ganda (kepercayaan dan keunggulan bersaing) terhadap kepuasan. nilai R Square sebesar 0,232 atau sama dengan 23,2%. Angka ini menunjukkan bahwa sebesar 23,2% kepuasan jamaah yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel

⁵⁴ Vera Lusiana, “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Semarang, 2015), h.82

kepercayaan dan keunggulan bersaing, sisanya 76,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan Jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,014 \leq 0,05$ atau $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,524 \geq 1,672$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, yang artinya bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah. Artinya semakin tinggi kepercayaan maka kepuasan jamaah akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi tolak ukur terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu.

Menurut Rohsana Gul menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.⁵⁵

⁵⁵ Rohsana Gul, "The Relationship Between Reputation, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty", *Journal of Public Administration and Governance*, 4.3 (2014) h.379

Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun” oleh Rita Kasturiani yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan jamaah umrah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah positif dengan $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,524 \geq 1,672$). Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

2. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,004 \leq 0,05$ atau $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,966 \geq 1,672$). Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, yang artinya bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah. Artinya semakin tinggi keunggulan bersaing maka kepuasan jamaah akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing menjadi tolak

ukur terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu.

Menurut Day et al yang dikutip oleh Putu Sukarmen menyatakan bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat diperkirakan menghasilkan suatu kepuasan konsumen, sebab dengan keunggulan bersaing yang dimilikinya merupakan cerminan bahwa produk yang ditawarkan telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dan memperoleh nilai positif di mata konsumen.⁵⁶

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Bersaing, Orientasi Pasar, Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Pada Konsumen UMK di Dusun Combongan” oleh Putri Dwi Cahyani, Dkk, yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah positif dengan $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,966 \geq 1,672$). Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak

⁵⁶ Putu Sukarmen, Andi Sularso, Deasy Wulandari, “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO)” *Jurnal Jeam*, 12.1(2013) h.66

3. Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu.

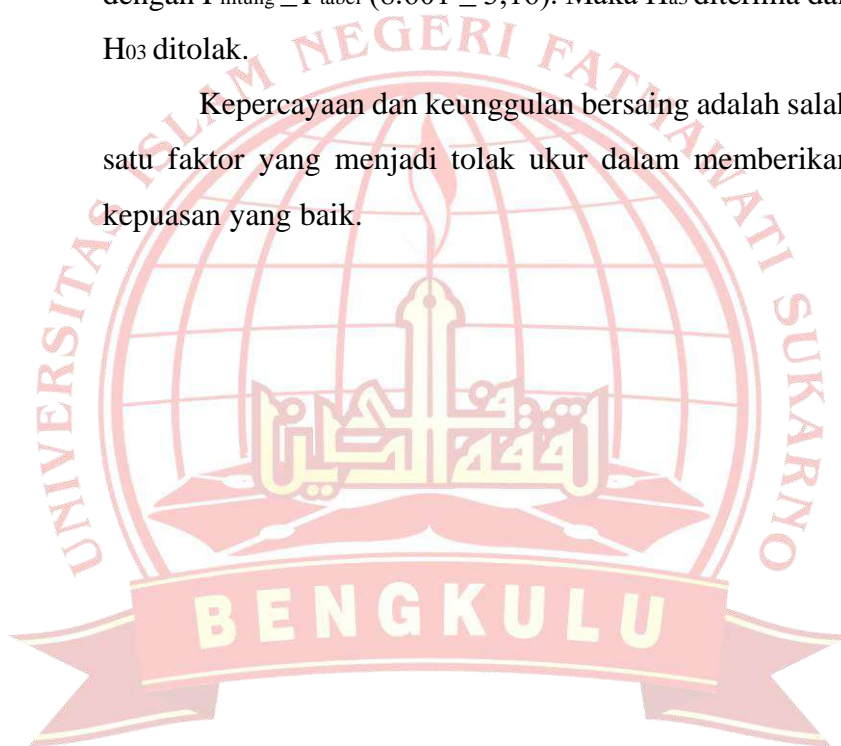
Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu secara simultan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$ atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($8,601 \geq 3,16$). Maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak yang artinya bahwa kepercayaan dan keunggulan bersaing secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah. Artinya semakin tinggi kepercayaan dan keunggulan bersaing maka kepuasan jamaah akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan keunggulan bersaing menjadi tolak ukur terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu.

Disamping itu didukung dengan adanya nilai koefisien (R) sebesar 0,481 atau 48,1% yang berarti menunjukkan adanya korelasi yang kuat dari hubungan kepercayaan(X1), keunggulan bersaing (X2), dengan kepuasan(Y). adapun nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari regresi sebesar 0,232 atau 23,2% yang menunjukkan bahwa proporsi pengaruh kepercayaan(X1)

dan keunggulan bersaing(X2) terhadap kepuasan(Y) sebesar 0,232 atau 23,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah di PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah positif dengan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($8.601 \geq 3,16$). Maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

Kepercayaan dan keunggulan bersaing adalah salah satu faktor yang menjadi tolak ukur dalam memberikan kepuasan yang baik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu karena $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($2,722 \geq 1,672$). Besarnya pengaruh variabel kepercayaan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah 11,3% dan 88,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Secara parsial ada pengaruh keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu karena $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ ($3,148 \geq 1,672$). Besarnya pengaruh variabel keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah 11,3% dan 88,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Secara simultan ada pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu karena $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($8,601 \geq 3,16$). Besarnya pengaruh variabel kepercayaan dan variabel keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu adalah 23,2% dan sisanya 76,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kepercayaan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan jamaah umrah PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu, peneliti memberikan beberapa saran :

1. Dalam kepercayaan dan keunggulan bersaing, diharapkan PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu dapat terus meningkatkan kepercayaan dan keunggulan bersaing yang selama ini sudah tercipta dengan memprioritaskan kepuasan jamaah.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau mengembangkan variabel lain selain dari variabel yang digunakan pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni seperti kualitas produk, kualitas layanan, dan harga serta dapat juga menggunakan pada objek dan sampel yang berbeda juga dapat menggunakan pendekatan lainnya seperti kualitatif agar dapat memperluas hasil dalam penelitian dengan menggunakan sumber data wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyos, B. (2024). *Lebih Setahun Dirawat di RS Saudi , Kemenag Kawal Kepulangan Jamaah Umrah Ke Tanah Air*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji Dan Umrah.
- Arifudin, O. (2020). *Manajemen Pemasaran Pendidikan* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Buddy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Manajemen*, 4(2), 111.
- Cahyani, P. D., Nur K, E. S., & Nur'aini, I. L. (2023). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap, Orientasi Pasar, Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi pada Kosumen UMK di Dusun Combongan. *Al -Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1493–1503.
- Chulaifi, M. I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(01), 40–56.
- Gul, R. (2014). The Relationship Between Reputation, Customer Satisfaction, Trust and Loyalty. *Journal of Publik Administration and Governance*, 4(3), 379.
- Hartini, K. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model Carter Bprs Muamalat Sukaraja. *JBMA*, 6(2), 61.

- Hartini, K. (2023). Strategies For Strengthening the Competitive Advantage of Export Halal Food Products in Optimizing Expansion in the Global Market. *Journal Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 843.
- ISLOKER. (2015). *Alhijaz Tour and Travel Biro Perjalanan Wisata, Haji dan UMRAH*.
- Kasturiani, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Barokah Jaya Tour And Travel Madiun*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Lestari Yuliana, P. (2019). *Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Jamaah PT. Sela Express Tour And Travel Di Kota Pekanbaru*. Universitas Negeri Syarif Sultan Kasim Riau.
- Lusiana, V. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Mariani, S. (2024). *Wawancara*.
- Mononimbar, C. N. (2013). Total Quality Management (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pada PT. Taspem Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1041–1048.
- Na'imatul, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Di Al-Marwah Trans Tour Travel Umroh Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nufus, H. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Conservative Principle Dalam Akuntansi Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.

- Oktori, A. (2024). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Religi Masjid Al-Kahfi Kabupaten Kaur. *Journal Of Economics Bussines, And Accounting Costing*, 7(2), 4–5.
- Pandit. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Kesehatan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Jamaah Calon Haji Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Kapuas*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Banjarmasin.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66–73.
- Prasidya Jati, G. (2014). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Putra Ananta Bakti, J. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2).
- Ramadania, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Dan Haji*. Sekolah Tinggi Agama Islam Auliarrasyidin.
- Setiawan, R. A. (2022). Analisis Valuasi Harga Saham Healthcare Menggunakan Price to Earnings Ratio (PER) pada Saham Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 157–178.
- Setiawan, R. A. (2023a). Avoidance of Riba-Based Loans and Enhancement of Quality of life : An Indonesian Context Analysis. *Journal of Religions*, 14(11), 1376.

- Setiawan, R. A. (2023b). *Pandangan Ekonomi Islam Dalam Menentukan Harga Komoditi Pertanian* (1st ed.). Maharani Buana Pustaka.
- Setiawan, R. A. (2024). *The Future Of Islamic Banking and Finance In Indonesia*. Taylor & Francis.
- Setyadi Atmaja, F. (2019). *Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Pada PT Wisata Titiannusantara Pelangi Di Jakarta Pusat*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompo Gende Coffe Medan. *Jurnal Di Versita*, 7(1), 115.
- Suci Rahmadanty, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT Sela Express Tour And Travel Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Sembero PTP Nusantara XI (PERSERO). *Journal Jeam*, 12(1), 66.
- Syafira Al-, S. (2019). *Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dan Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing*. Universitas Komputer Indonesia.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 446.

Tse, & Wilton. (1988). *Kepuasan Pelanggan* (3rd ed.). PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Ummah, R. (2019). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami* (1st ed.). STAINN Press.



L

A

M

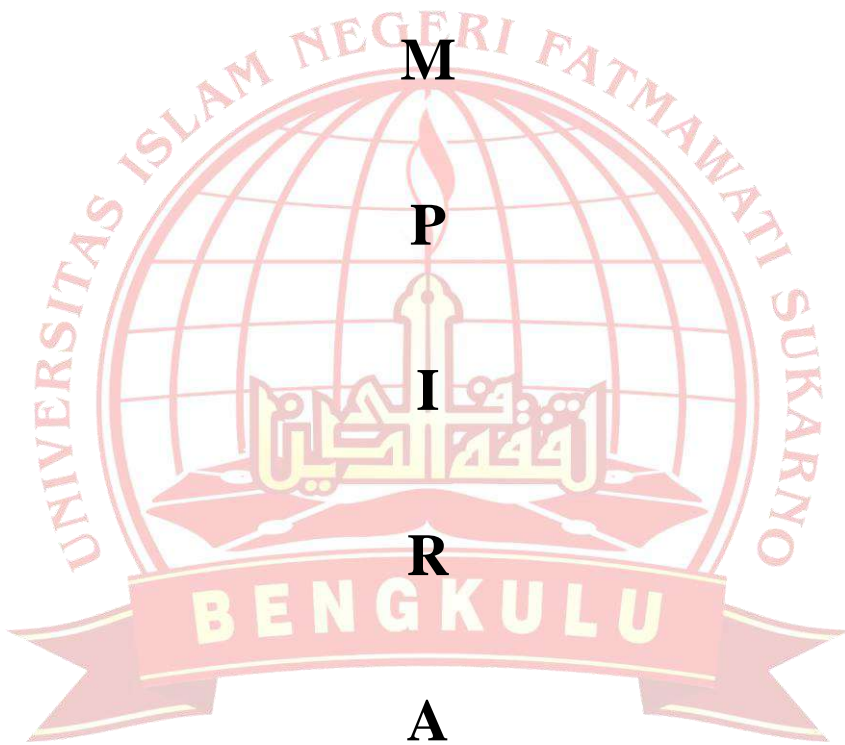
P

I

R

A

N



KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”

Sehubung dengan diadakannya penelitian jurnal yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”. Maka saya selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini saya mengharapkan kesediaan bapak dan ibu jamaah umroh PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu agar dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan waktu dan kesempatan yang diberikan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Kami sangat menghargai Bapak/Ibu yang terkait dengan kuesioner ini. Hasil survey ini hanya semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan pendidikan, bukan untuk keperluan komersial. Mohon maaf apabila ada hal yang kurang berkenan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Tanggal Survey :

Sudah berapa kali Bapak/Ibu menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu sebagai sarana untuk ke tanah suci:

- | | |
|-----------|-------------|
| a. 1 kali | c. 3 kali |
| b. 2 kali | d. > 3 kali |

Berikut adalah beberapa pernyataan yang disajikan dan berikan respon terhadap setiap pernyataan dengan memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri anda. Cara menjawabnya cukup beri tanda check list () atau tanda silang (X) pada setiap pilihan dari pernyataan yang ada.

Petunjuk pengisian:

• Kolom jawaban terdiri dari STS, TS, N, S, dan SS, artinya :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

PERTANYAAN KUESIONER

NO	Pertanyaan Kepercayaan (X1)	STS	TS	N	S	SS
Kemampuan						
1.	Karyawan mampu melayani manasik umrah dengan baik					
2.	Karyawan selalu dapat memberikan solusi atas permasalahan yang jamaah alami					
3.	Karyawan selalu dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar ibadah umrah yang jamaah ajukan					
4.	PT. Alhijaz menyediakan berbagai macam paket umrah					
Kebaikan						
5.	Karyawan selalu bersikap ramah dalam melayani jamaah					
6.	Muthowif memimbing jamaah dengan baik					
Integritas						
7.	Karyawan jujur dan amanah					
8.	PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu mengedepankan kepuasan jamaah					
9.	Karyawan peduli terhadap kepentingan jamaah					
10.	PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu sudah terdaftar dalam ijin usaha umrah					
11.	Karyawan bertanggung jawab penuh akan keselamatan jamaah saat melaksanakan ibadah umrah					
<i>Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta</i>						

NO	Pertanyaan Keunggulan Bersaing (X2)	STS	TS	N	S	SS
Keunikan Produk						
1.	Produk yang dihasilkan PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu memiliki desain yang unik dan menarik					
2.	Menawarkan program promosi yang mendorong para calon jama'ah melakukan pembelian sesegera mungkin					
Kualitas Produk						
3.	Kualitas Produk yang dihasilkan PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu lebih baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan dibandingkan dengan pesaing					
4.	PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu menggunakan Hotel atau penginapan yang nyaman dan jarak hotel nya dekat dengan Masjid Nabawi maupun Masjidil Haram					
<i>Sumber Adopsi : Skripsi Rahmatul Ummah Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba</i>						
Harga Bersaing						
5.	PT. Alhijaz selalu menawarkan harga yang kompetitif dibanding dengan pesaing					
6.	Harga sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
<i>Sumber Adopsi : Skripsi Rahmatul Ummah Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba</i>						

NO	Pertanyaan Kepuasan (Y)	STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian Harapan						
1.	Kualitas pelayanan yang di berikan sesuai dengan harapan jamaah					
2.	Dalam memberikan pelyanan kepada anda, karyawan selalu memberikan pengarahan dengan bahasa yang mudah dipahami					
3.	Jamaah merasa puas dengan sistem, pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
4.	Jamaah puas dengan perlengkapan umroh yang diberikan					

5.	Paket umroh yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan jamaah					
6.	Jamaah merasa senang menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata bengkulu dalam melakukan ibadah umrah					
<i>Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta</i>						
Kesediaan Merekomendasikan						
7.	Jamaah bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman atau rekan kerja untuk menjadi jamaah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu					
8.	Jamaah menceritakan kepada teman, sanak saudara tentang pengalaman menyenangkan saat melaksanakan umrah bersama PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
Minat Berkunjung Kembali						
9.	Jamaah berencana untuk kembali menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu di masa depan					
<i>Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta</i>						

Tabulasi Data Jamaah Variabel Kepercayaan (X₁)

Responden	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	Total
R1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53
R2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
R3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	52
R4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	49
R5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	47
R6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R9	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	48
R10	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	47
R11	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	48
R12	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	51
R13	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	47
R14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R18	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	46
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R20	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	47
R21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
R24	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	47
R25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R27	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	49
R28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R29	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	47
R30	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	53
R31	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	49
R32	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	46

R33	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R35	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R37	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	50
R38	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	50
R39	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	51
R40	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	53
R41	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	53
R42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
R43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R44	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
R45	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
R46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R47	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	51
R48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
R52	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	51
R53	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	49
R54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
R55	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	52
R56	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
R57	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	51
R58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
R59	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
R60	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53

Tabulasi Data Jamaah Variabel Keunggulan Bersaing (X₂)

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
R1	5	5	5	4	4	4	27
R2	5	4	5	5	3	4	26
R3	4	3	5	5	4	4	25
R4	5	4	5	4	3	5	26
R5	4	4	5	4	4	5	26
R6	5	4	4	5	4	5	27
R7	5	4	5	5	4	5	28
R8	5	4	5	5	4	5	28
R9	5	5	4	3	4	5	26
R10	3	5	5	4	5	4	26
R11	5	5	3	4	4	5	26
R12	4	4	4	5	4	4	25
R13	5	5	5	5	4	5	29
R14	5	5	5	5	5	5	30
R15	5	4	5	5	4	5	28
R16	4	5	5	5	5	5	29
R17	5	5	4	5	5	5	29
R18	5	5	5	5	5	5	30
R19	5	5	5	5	5	5	30
R20	5	4	5	5	4	5	28
R21	5	5	5	5	5	5	30
R22	4	5	5	5	5	5	29
R23	5	4	5	4	4	5	27
R24	5	5	5	5	5	5	30
R25	5	5	5	5	5	5	30
R26	5	3	4	5	4	5	26
R27	5	5	5	5	5	5	30
R28	4	5	5	5	5	5	29
R29	5	5	5	5	5	5	30
R30	5	3	5	5	4	5	27
R31	4	4	5	5	4	5	27
R32	5	5	5	5	5	5	30
R33	5	4	4	4	4	5	26

R34	5	4	5	5	5	5	29
R35	5	5	5	5	5	5	30
R36	4	4	4	4	4	4	24
R37	5	5	4	5	5	5	29
R38	4	5	5	5	5	5	29
R39	5	4	4	5	4	5	27
R40	5	5	4	5	5	5	29
R41	5	5	5	5	5	5	30
R42	4	4	5	5	4	5	27
R43	5	5	4	5	5	5	29
R44	5	5	5	5	5	5	30
R45	5	5	5	5	4	4	28
R46	4	5	4	5	5	5	28
R47	5	5	5	5	5	5	30
R48	5	4	5	5	4	5	28
R49	5	4	5	5	5	5	29
R50	5	5	5	5	5	5	30
R51	5	5	5	5	4	5	29
R52	4	5	4	5	5	5	28
R53	5	3	5	5	4	5	27
R54	5	5	5	5	5	5	30
R55	4	4	5	5	5	5	28
R56	5	4	5	5	5	5	29
R57	5	4	5	5	5	5	29
R58	5	4	5	5	5	5	29
R59	5	5	4	4	4	5	27
R60	5	4	5	5	5	4	28

Tabulasi Data Jamaah Variabel Kepuasan (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total
R1	4	5	4	5	4	4	5	4	5	40
R2	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40
R3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
R4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
R5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	38
R6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
R7	4	5	5	5	5	5	5	3	5	42
R8	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
R9	4	5	5	4	5	5	4	4	5	41
R10	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
R11	4	4	4	3	4	5	4	4	4	36
R12	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
R13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R14	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
R15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
R17	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
R18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
R19	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42
R20	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
R21	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
R22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R23	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
R24	4	3	5	4	5	5	4	4	3	37
R25	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
R26	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
R27	5	4	5	5	5	5	4	5	4	42
R28	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
R29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R30	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42
R31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R33	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42

R34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R37	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
R38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R42	4	5	5	4	5	4	5	4	5	41
R43	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
R44	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
R45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R46	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
R47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R49	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
R50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R52	4	5	5	4	4	4	5	4	5	40
R53	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40
R54	3	5	4	4	4	5	4	3	5	37
R55	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
R56	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
R57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R58	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
R59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Correlations													
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	VAR00001
X1	Pearson Correlation	1	.175	.334**	.104	.232	.142	.270*	.371**	.475**	.472**	.692**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.182	.009	.431	.075	.281	.037	.003	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2	Pearson Correlation	.175	1	.252	.216	.288*	.218	.138	.280*	.372**	.289*	.264*	.520**
	Sig. (2-tailed)	.182		.053	.098	.026	.095	.293	.030	.003	.025	.041	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3	Pearson Correlation	.334**	.252	1	.183	.377**	.034	.397**	.368**	.213	.076	.158	.484**
	Sig. (2-tailed)	.009	.053		.163	.003	.795	.002	.004	.102	.564	.228	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X4	Pearson Correlation	.104	.216	.183	1	.323*	.225	.210	.067	-.011	.242	.176	.403**
	Sig. (2-tailed)	.431	.098	.163		.012	.084	.107	.610	.934	.063	.179	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X5	Pearson Correlation	.232	.288*	.377**	.323*	1	.358**	.429**	.562**	.558**	.434**	.396**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.075	.026	.003	.012		.005	.001	.000	.000	.001	.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X6	Pearson Correlation	.142	.218	.034	.225	.358**	1	.294*	.407**	.512**	.389**	.302*	.553**
	Sig. (2-tailed)	.281	.095	.795	.084	.005		.023	.001	.000	.002	.019	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X7	Pearson Correlation	.270*	.138	.397**	.210	.429**	.294*	1	.688**	.247	.005	.321*	.536**
	Sig. (2-tailed)	.037	.293	.002	.107	.001	.023		.000	.057	.972	.012	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X8	Pearson Correlation	.371**	.280*	.368**	.067	.562**	.407**	.688**	1	.783**	.401**	.528**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.003	.030	.004	.610	.000	.001	.000		.000	.002	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X9	Pearson Correlation	.475**	.372**	.213	-.011	.558**	.512**	.247	.783**	1	.662**	.655**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.102	.934	.000	.000	.057	.000		.000	.000	.000

	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X10	Pearson Correlation	.472**	.289*	.076	.242	.434**	.389**	.005	.401**	.662**	1	.669**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.025	.564	.063	.001	.002	.972	.002	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X11	Pearson Correlation	.692**	.264*	.158	.176	.396**	.302*	.321*	.528**	.655**	.669**	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.228	.179	.002	.019	.012	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
VAR00001	Pearson Correlation	.611**	.520**	.484**	.403**	.718**	.553**	.536**	.779**	.802**	.716**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (X₁)

		Correlations						
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	VAR00001
x1	Pearson Correlation	1	.014	.000	.104	-.079	.313*	.372**
	Sig. (2-tailed)		.913	1.000	.431	.549	.015	.003
	N	60	60	60	60	60	60	60
x2	Pearson Correlation	.014	1	-.071	-.043	.527**	.148	.585**
	Sig. (2-tailed)	.913		.588	.744	.000	.260	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x3	Pearson Correlation	.000	-.071	1	.331**	.140	-.014	.414**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.588		.010	.285	.917	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
x4	Pearson Correlation	.104	-.043	.331**	1	.394**	.176	.566**
	Sig. (2-tailed)	.431	.744	.010		.002	.179	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x5	Pearson Correlation	-.079	.527**	.140	.394**	1	.273*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.549	.000	.285	.002		.035	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

x6	Pearson Correlation	.313 [*]	.148	-.014	.176	.273 [*]	1	.509 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015	.260	.917	.179	.035		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
VAR00001	Pearson Correlation	.372 ^{**}	.585 ^{**}	.414 ^{**}	.566 ^{**}	.751 ^{**}	.509 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	VAR00001
Y1	Pearson Correlation	1	.125	.026	.362 ^{**}	.114	.114	.246	.971 ^{**}	.163	.632 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.342	.842	.005	.387	.387	.058	.000	.212	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.125	1	.129	.300 [*]	.069	.240	.466 ^{**}	.101	.967 ^{**}	.646 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.342		.327	.020	.603	.065	.000	.443	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.026	.129	1	.053	.781 ^{**}	.049	.379 ^{**}	.008	.098	.450 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.842	.327		.686	.000	.711	.003	.953	.454	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.362 ^{**}	.300 [*]	.053	1	.124	.348 ^{**}	.416 ^{**}	.313 [*]	.316 [*]	.636 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.005	.020	.686		.344	.006	.001	.015	.014	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	.114	.069	.781 ^{**}	.124	1	.148	.202	.086	.041	.466 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.387	.603	.000	.344		.260	.122	.514	.754	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	.114	.240	.049	.348 ^{**}	.148	1	.202	.086	.274 [*]	.466 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.387	.065	.711	.006	.260		.122	.514	.034	.000

	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y7	Pearson Correlation	.246	.466**	.379**	.416**	.202	.202	1	.210	.403**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.058	.000	.003	.001	.122	.122		.108	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y8	Pearson Correlation	.971**	.101	.008	.313*	.086	.086	.210	1	.137	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.443	.953	.015	.514	.514	.108		.297	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y9	Pearson Correlation	.163	.967**	.098	.316*	.041	.274*	.403**	.137	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.212	.000	.454	.014	.754	.034	.001	.297		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
VAR00001	Pearson Correlation	.632**	.646**	.450**	.636**	.466**	.466**	.661**	.593**	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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



Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X₁)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (X₂)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.497	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kepercayaan (X₁) dan Keunggulan Bersaing (X₂) Terhadap Kepuasan (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 ^a	.232	.205	2.175
a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Kepuasan				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.366	2	40.683	8.601	.001 ^b
	Residual	269.617	57	4.730		
	Total	350.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kepercayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.119	6.412		2.514	.015
	Kepercayaan	.222	.088	.295	2.524	.014
	Keunggulan Bersaing	.533	.180	.347	2.966	.004

a. Dependent Variable: Y Kepuasan



SK Pembimbing



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKNAN PEMBIMBING

Nomor : 0919/Un.23/F.IV/PP.00.9/6/2024

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa, maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen:

1. NAMA : Romi Adetio Setiawan, Ph.D
NIP : 198312172014031001
TUGAS : Pembimbing I
2. NAMA : Kusun Hartini, MM
NIP : 198103022023212021
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan Penyusunan Jurnal Ilmiah, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa namanya yang tertera di bawah ini:

- NAMA : Ena Pita Sari
NIM : 2011170030
PRODI : Manajemen Haji dan Umrah
JUDUL : Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah PT Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu
KETERANGAN : Jurnal Ilmiah

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya

Ditetapkan Di : Bengkulu
Tanggal : 4 Juni 2024
Dekan,



- Tembusan:
1. Wakil Rektor I
 2. Dosen yang bersangkutan
 3. Mahasiswa yang bersangkutan
 4. Arsip

SK Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

Nomor : 1124/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/7/2024
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Mohon Izin Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berkenaan dengan akan diadakannya penelitian pada penulisan Skripsi mahasiswa strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2023/2024, dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara:

Nama : Ena Pita Sari
NIM : 2011170030
Jurusan/Prodi : Manajemen Haji dan Umrah
Waktu Penelitian : 24 Juli 2024 - 24 Agustus 2024
Judul Skripsi : "Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jama'ah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)"
Tempat Penelitian : PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Bengkulu, 17 Juli 2024



Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Surat Balasan Penelitian

Surat Balasan Selesai Penelitian

24 Agustus 2024

PT. Alhijaz Indowisata
Jl. Adam Malik no. 16
Pagar Dewa Selebar Kota
Bengkulu

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
Di

Bengkulu

Perihal : Keterangan telah melakukan penelitian Mahasiswa Ena Pita Sari
Ref : -

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Menunjuk perihal surat di atas dengan kami sampaikan bahwa :

Nama : Ena Piṭa Sari
NIM : 2011170030
Prodi : Manajemen Haji dan Umroh
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah menyelesaikan penelitian di PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu terhitung sejak tanggal 24 Juli s/d 24 Agustus guna penelitian tugas akhir/Jurnal “ Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Kasus Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”.

Demikian surat ini kami sampaikanatas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**PT. Alhijaz Indowisata
Kota Bengkulu**



H. Abas Jauhari
Kepala Lembaga

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”

Sehubung dengan diadakannya penelitian jurnal yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu)”. Maka saya selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini saya mengharapkan kesediaan bapak dan ibu jamaah umroh PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu agar dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan waktu dan kesempatan yang diberikan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Kami sangat menghargai Bapak/Ibu yang terkait dengan kuesioner ini. Hasil survey ini hanya semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan pendidikan, bukan untuk keperluan komersial. Mohon maaf apabila ada hal yang kurang berkenan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamin.

Identitas Responden

Nama
Usia
Jenis Kelamin
Pekerjaan
Tanggal Survey

Sudah berapa kali Bapak/Ibu menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu sebagai sarana untuk ke tanah suci:

- | | |
|-----------|-------------|
| a. 1 kali | c. 3 kali |
| b. 2 kali | d. > 3 kali |

Berikut adalah beberapa pernyataan yang disajikan dan berikan respon terhadap setiap pernyataan dengan memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri anda. Cara menjawabnya cukup beri tanda check list () atau tanda silang (X) pada setiap pilihan dari pernyataan yang ada.

Petunjuk pengisian:

• Kolom jawaban terdiri dari STS, TS, N, S, dan SS, artinya :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

PERTANYAAN KUESIONER

NO	Pertanyaan Kepercayaan (X1)	STS	TS	N	S	SS
Kemampuan						
1.	Karyawan mampu melayani manasik umrah dengan baik					
2.	Karyawan selalu dapat memberikan solusi atas permasalahan yang jamaah alami					
3.	Karyawan selalu dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar ibadah umrah yang jamaah ajukan					
4.	PT. Alhijaz menyediakan berbagai macam paket umrah					
Kebaikan						
5.	Karyawan selalu bersikap ramah dalam melayani jamaah					
6.	Muthowif memimbing jamaah dengan baik					
Integritas						
7.	Karyawan jujur dan amanah					
8.	PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu mengedepankan kepuasan jamaah					
9.	Karyawan peduli terhadap kepentingan jamaah					
10.	PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu sudah terdaftar dalam ijin usaha umrah					
11.	Karyawan bertanggung jawab penuh akan keselamatan jamaah saat melaksanakan ibadah umrah					

Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta

NO	Pertanyaan Keunggulan Bersaing (X2)	STS	TS	N	S	SS
Keunikan Produk						
1.	Produk yang dihasilkan PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu memiliki desain yang unik dan menarik					
2.	Menawarkan program promosi yang mendorong para calon jama'ah melakukan pembelian sesegera mungkin					
Kualitas Produk						
3.	Kualitas Produk yang dihasilkan PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu lebih baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan dibandingkan dengan pesaing					
4.	PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu menggunakan Hotel atau penginapan yang nyaman dan jarak hotel nya dekat dengan Masjid Nabawi maupun Masjidil Haram					
<i>Sumber Adopsi : Skripsi Rahmatul Ummah Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba</i>						
Harga Bersaing						
5.	PT. Alhijaz selalu menawarkan harga yang kompetitif dibanding dengan pesaing					
6.	Harga sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
<i>Sumber Adopsi : Skripsi Rahmatul Ummah Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba</i>						

NO	Pertanyaan Kepuasan (Y)	STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian Harapan						
1.	Kualitas pelayanan yang di berikan sesuai dengan harapan jamaah					
2.	Dalam memberikan pelyanan kepada anda, karyawan selalu memberikan pengarahannya dengan bahasa yang mudah dipahami					
3.	Jamaah merasa puas dengan sistem, pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
4.	Jamaah puas dengan perlengkapan umroh yang diberikan					

5.	Paket umroh yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan jamaah					
6.	Jamaah merasa senang menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata bengkulu dalam melakukan ibadah umrah					
<i>Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta</i>						
Kesediaan Merekomendasikan						
7.	Jamaah bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman atau rekan kerja untuk menjadi jamaah pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu					
8.	Jamaah menceritakan kepada teman, sanak saudara tentang pengalaman menyenangkan saat melaksanakan umrah bersama PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu					
Minat Berkunjung Kembali						
9.	Jamaah berencana untuk kembali menggunakan jasa PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu di masa depan					
<i>Sumber Adopsi : Kusioner Skripsi Septia Rachma Wardani Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. NurRamadhan Yogyakarta</i>						

Lembar Bimbingan Pembimbing 1









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172




LEMBAR BIMBINGAN



Nama Mahasiswa : Ena Pita Sari
NIM : 2011170030
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Nama Pembimbing I : H. Romi Adetio Setiawan, M.A., Ph.D
Judul Jurnal Ilmiah : Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowisata Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	26-06-2024	Halaman Judul	Sisipkan kata "Studi Pada" di Judul.	
		BAB 1	Tambahkan referensi Tambahkan Hasil observasi atau wawancara dari Siapa.	

2.	02-07-2024	Daftar Pustaka	Tambahkan minimal 4 referensi dari jurnal artikel atau buku saya	
3	26-09-2024	BAB I	Sebutkan tiap tahun dan tahu berapa sampai tahun berapa. Jangan gunakan data statistik Jurnal ambil dari website kemenag RI	
			Tambahkan referensi. Sesuaikan dengan Judul utama	

4	28-09-2024	BAB II	<p>Jangan gunakan bodynote gunakan footnote</p> <p>Referensi dari Footnote berasal dari pso dan Wilton.</p>	
			<p>Gunakan huruf kapital pada setiap awal kalimat dan Paragraf.</p> <p>Tambahkan referensi dari Prima dan Edastama</p>	
			<p>Ganti referensi sesuai dengan yang saya berikan.</p> <p>Tambahkan pengantarannya</p>	

			Tambahkan Footnote Pada setiap Definisi, darimana Sumber definisi didapatkan.	
5	02-10-2024	BAB IV	<ul style="list-style-type: none"> - Jelaskan Hasil Penelitian Pada bagian kesimpulan. - Pastikan kode hipotesis benar - Gunakan H_0 dan H_1 tidak ada / ada Pengaruh 	
			- Perbaiki Referensi Pada footnote	

6	02-10-2024	Jurnal	<p>Pada judul tulis umrah Raka'i A.</p> <p>-Bodynot dibuat sebelum fitih Hanga gunakan nama akhir pada bodynote</p>	
7.	14-10-2024			

Bengkulu, ~~14 Oktober~~ 2024

Kajur Manajemen

Pembimbing I



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
 NIP. 197705092008012014



Romi Adetio Setiawan, M.A., Ph.D
 NIP. 19870128201903007



Lembar Bimbingan Pembimbing 2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Ena Pita Sari
NIM : 2011170030
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Nama Pembimbing II : Kustin Hartini, MM
Judul Jurnal Ilmiah : Pengaruh Kepercayaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Alhijaz Indowisata Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	05-06-24	Pengertian Sk Penunjang Membina	Tugas dan kedalaman Berkait TA	
2	Jumat 07-06-24	Bab 1 - II	Pengaruh Sistematis Membina TA. Customer Attraction	

3	Semin 10-06-24	Bab I - II	metode penelitian dan jumlah di tambahkan tentang X_2 dijelaskan	2.
4	Rabu 13-06-2024	Bab I - III	kegiatan teori tambahan teori tentang konsep Bergang dan Faktor	2
			Yang meliputi keputusan Melaysia	1.
5	Jumat 14-06-24	Bab III	Menentukan jumlah untuk sampel - jumlah akhir data.	2.
6	Kamis 20-06-24	Keputusan	Menentukan Keputusan ya.	2.

7	Seminar 29-06-24	Bab I - II Pmp Keseluruhan Ace	laport di layout ken ke membina 1	2.
8.	Selasa 17-05-24	Bab IV - V	Perbaikan Perbaikan	1.
9.	Kamis 15-05-24	Bab IV - V	Perbaikan Lasi of Perbaikan	2.
10.	Seminar 20-05-24	Bab I - V	Ace dpt di layout ke pmp Sesuai	2

Bengkulu, ~~11~~ ¹² Oktober 2024

Kajur Manajemen



Eka Sri Wahyuni, S.E., MM
NIP. 197705092008012014

Pembimbing II



Kustin Hartini, MM
NIP. 198103022023212021

LOA



**JOURNAL OF EDUCATION AND INSTRUCTION (JOEAI)
INSTITUT PENELITIAN MATEMATIKA KOMPUTER,
KEPERAWATAN, PENDIDIKAN, DAN EKONOMI (IPM2KPE)**

Terakreditasi (Sinta 4), Surat Keputusan Kementerian Riset, Teknologi/Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia, Nomor 85/M/KPT/2020. Alamat : Jl.Gunung Sari Keurahan Karya Bakti, Kecamatan Lubuklinggau Timur II Kota Lubuklinggau Sumatera Selatan. No HP. 081377987485

LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)

NO : 02/10.10/IPM2KPE/JOEAI/2024

Kepada Yth
Ena Pita Sari¹, Romi Adetio Setiawan², Kustin Hartini³,
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno^{1,2,3}.

Berdasarkan hasil telaah tim Jurnal JOEAI, artikel yang berjudul "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMRAH (STUDI PADA PT. ALHIJAZ INDOWISATA KOTA BENGKULU)", akan diterbitkan pada edisi Volume. 7, Nomor 2 Juli-Desember 2024. Demikianlah Letter of Acceptance (LOA) ini dibuat semoga dapat dipergunakan sebagaimana mustinya.

Lubuklinggau, 10 Oktober 2024
Journal-Manager



Dr. AHMAD GAWDY PRANANOSA, M.Pd

INDEXED BY



Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 · Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfastengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME

Nomor: *045*/SKLP-FEBI/03/10/2024

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Ena Pita Sari
NIM : 2011170030
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Jenis Tugas Akhir : Jurnal
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Kepercayaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Alhijaz Indowista Kota Bengkulu)**

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 22 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 14 Oktober 2024
Ketua TIM / Wakil Dekan 1


Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022006062001

DOKUMENTASI PENELITIAN









LAM...ATM...



BENGKULU





