

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-jemaah-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)

¹²Gilang 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.