

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Umrah merupakan sebuah ibadah yang menurut jumhur ulama (Syafi'iyah dan Hanabilah) adalah wajib dilaksanakan sekali seumur hidup bagi yang mampu. Sedangkan ulama lain berpendapat bahwa umrah adalah ritual ibadah yang memiliki dua kedudukan hukum. Umrah adalah ibadah wajib sebagai salah satu rukun syarat dalam pelaksanaan ibadah haji. Sedangkan ia menjadi sunnah apabila dilaksanakan terpisah diluar ibadah haji. Umrah merupakan ibadah multidimensional yang di dalamnya terdapat perjalanan ruhani dan spiritualitas dimana kesiapan psikologis, fisik dan materi menjadi bagian terpenting praktik ibadah ini. Umrah juga menuntut keseimbangan antara spiritualitas dan materialisme, keseimbangan dunia dan akhirat dan juga keseimbangan individual dan sosial.<sup>1</sup>

Jika dipandang dari segi bahasa, umrah sendiri berarti meramaikan yaitu meramaikan tempat suci Makkah dimana terdapat Masjid Haram dan Ka'bah didalamnya. Namun dalam konteks ibadah, umrah tidak sekedar memiliki arti meramaikan melainkan dalam

---

<sup>1</sup> Sucipto, " Umrah Sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri dan Komoditas Industri: Menyaksikan Perubahan Keagamaan Watga Kota ", *Kontekstualita* (2013) Vol. 28, No.1, h. 98.

pelaksanaannya, seluruh ummat Islam yang menjalankannya dituntut agar dapat mengambil manfaat darinya. Hal tersebut dikarenakan bahwa aktivitas umrah tersebut merupakan refleksi dari pengalaman hamba-hamba Allah (Nabi Ibrahim dan putranya, Nabi Ismail) dalam menegakkan kalimat al-tauhid.<sup>2</sup>

Selain itu, dalam melaksanakan umrah, manusia dapat menjumpai pengalaman kemanusiaan yang universal seperti halnya demonstrasi bahwa manusia seluruhnya memiliki kedudukan yang sama. Manusia seluruhnya menanggalkan segala hal yang bersifat duniawi sehingga ia berihram dan menyerahkan segalanya kepada Allah sebagai pencipta seluruh alam. Umrah adalah sebuah ritual pertentangan dengan perjuangan-perjuangan tanpa tujuan. Umrah adalah pemberontakan melawan nasib malang yang disebabkan oleh kekuatan-kekuatan jahat. Pelaksanaan umrah yang sempurna akan memutus jerat yang menjaring manusia. Aksi revolusioner yang akan menunjukkan kepada manusia sebuah cakrawala yang terang benderang dan jalan yang terhampar menuju keabadian atau menuju Allah yang Maha Besar. Sebagai sebuah ibadah yang menurut jumhur ulama (Syafi'iyah dan Hanabilah) adalah wajib dilaksanakan sekali seumur hidup bagi yang mampu,

---

<sup>2</sup> Nurcholish Madjid, *Umrah dan Haji Perjalanan Religius*, (Jakarta : Dian Rakyat, 2022), h.3.

banyak dari umat muslim diseluruh dunia yang berusaha untuk melaksanakannya. Terlebih kebanyakan muslim yang melaksanakan umroh meyakini interpretasi hadits yang menyatakan bahwa akan diampuninya dosa orang yang melaksanakan umroh dari dosa yang terdahulu.<sup>3</sup>

Biro perjalanan PT Zafa Mulia Mandiri ini merupakan salah satu travel yang memiliki KBIH sendiri untuk membimbing para calon jamaah umrah, karena sebagian besar travel lain tidak memiliki KBIH sendiri, dan masih bekerja sama dengan KBIH lainnya. Maka dari itu penulis melihat perbedaan PT Zafa Mulia Mandiri travel dengan travel lainnya. Informasi kantor PT Zafa Mulia Mandiri berada di Jalan Hibrida Raya No. 5 RT. 07 Rw 06 Kel. Sidomulyo, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu ( Samping Toko Lencana Sinar Bulan 2).

Setiap perusahaan harus mampu menetapkan harganya dengan tepat. Pada kenyataannya, harga berpengaruh besar pada kepuasan konsumen dan persepsi konsumen atas kualitas. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya realistis dalam melakukan proses penetapan harga. Jika perusahaan melakukan kesalahan dalam proses penetapan harga suatu produk, maka kesalahan tersebut akan berdampak pada persepsi konsumen yang kurang baik terhadap perusahaan. Harga disini Penetapan

---

<sup>3</sup>Ali Shariyati, Haji, ( Bandung : Pustaka 2020) , h. 5.

harga yang terlalu tinggi menjadikan konsumen tidak membelinya dan beralih ke produk pesaing, sebaliknya penetapan harga yang terlalu rendah mencerminkan kualitas produk yang kurang baik. Harga menjadi aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli. Setelah mempertimbangan harga, konsumen juga mempertimbangan.<sup>4</sup>

Paket umrah di Zafa Mulia Mandiri terdapat beberapa bagian yakni, dari harga mulai 29,8 juta ( 9 hari), harga 32,8 juta (umrah muhabbah 9 hari), harga 34,8 juta ( umrah mahabbah 9 hari), harga 37,8 juta ( umrah mahabbah 12 hari), harga 38,5 juta (umrah plus turkiye 12 hari).<sup>5</sup>

Harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian karena umrah merupakan ibadah yang membutuhkan biaya besar. Konsumen cenderung mencari paket yang menawarkan harga kompetitif dengan fasilitas yang sesuai. Ketidakmampuan perusahaan dalam menawarkan harga yang kompetitif dapat membuat calon jamaah beralih ke penyedia lain. Selain itu, adanya perbedaan harga antar penyedia layanan umrah sering kali

---

<sup>4</sup> Khasan Setiaji dan Ana Listia Fatuniah, "Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi", *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis* (Vol. 6, No. 1, 2018), h. 7

<sup>5</sup> Daftar Harga Paket Ibadah Umrah di PT Zafa Muli Mandiri Kota Bengkulu Tahun 2023

mbingungkan calon jamaah dalam memilih paket yang sesuai dengan anggaran dan kebutuhan mereka.

Di sisi lain, lokasi kantor penyedia layanan juga memegang peranan penting. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan pusat aktivitas masyarakat akan memberikan kenyamanan bagi calon jamaah. Sebaliknya, lokasi yang sulit dijangkau dapat menjadi penghambat dalam proses pembelian paket umrah, terutama bagi calon jamaah yang tinggal di wilayah terpencil atau memiliki keterbatasan mobilitas.

PT. Zafa Tour Mulia Mandiri, sebagai salah satu penyedia jasa perjalanan umrah di Kota Bengkulu, perlu memperhatikan kedua faktor ini untuk meningkatkan daya saing di pasar. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umrah, serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dari penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Ibadah Umrah di PT Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket ibadah umrah PT Zafa Mulia mandiri Kota Bengkulu?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket ibadah umrah PT Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian paket ibadah umrah PT Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Paket ibadah umrah di PT. Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Paket ibadah umrah di PT. Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu
3. Untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Paket ibadah umrah di PT. Zafa Mulia Mandiri Kota Bengkulu.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik untuk praktisi maupun akademis dalam penelitian selanjutnya yang serupa:

### 1. Aspek Teoretis

Dalam aspek teoretis di harapkan dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan sebagai pedoman dan refrensi yang bermanfaat dalam melakukan riset lebih lanjut serta memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan tidaknya pengaruh antara harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pakeet ibadah haji dan umrah di PT, Zafa Tour Mulia Mandiri

### 2. Dalam aspek praktisnya

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan penegetahuan da berguna bagi dunia akademi,karya ilmiah dan pengembangan dunia literasi serta pertimbangan analisis awacana serta khususnya strategi pemasaran di travel umrah.

## **E. Penelitian Terdahulu**

1. Penulis Maslakhatul Li Ummah, dengan judul Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap pembelian konsumenn di Shafira Tour dan Trevel Sidoarjo. Adakah pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap pemebelian secara persial(2019) adakah pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap pemeblian Penelitian Menggunakan Jenis Pendekatan penelitian Kuantitatif Penelitian menggunakan jenis pendekatan penelitian

kuantitatif. Penelitian bertujuan, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian menghasilkan beberapa hasil uji penelitian. Pertama, hasil uji regresi linear berganda secara parsial (uji t) menunjukkan, bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kedua, hasil uji regresi linier berganda secara simultan (uji F) menunjukkan, bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga, hasil uji regresi linier berganda secara parsial (uji t) menunjukkan, bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.<sup>6</sup>

2. Penulis Ainaya Alfatehah, dengan judul Pengaruh produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji dan Umrah Shafira Tour and Trevel Cabang Gresik(2019). Apakah produk, harga, dan promosi memengaruhi keputusan pembelian paket Haji dan Umrah Shafirah tour and

---

<sup>6</sup> Maslakhatul Li *Ummah* "Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap pembelian konsumenn di Shafira Tour dan Trevel Sidoarjo" ( Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), h.194.

travel cabang Gresik secara simultan, Nilai apa yang dimiliki hubungan produk, harga, dan promosi dalam keputusan pembelian paket Haji dan Umrah Shafirah tour and travel cabang Gresik secara simultan Menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pada penelitian ini pusatnya pada penelitian hipotesa yang berdasarkan rumusan masalah yang didapati pada bab awal. Lalu penelitian ini menggunakan data terstruktur dan<sup>7</sup> menghasilkan asumsi atau kesimpulan yang tergeneralisasi.

3. Penulis Faiz Junanda Setiawan dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah PT. Odifa Jelajah Dunia(2021). Penelitian ini bertujuan menguji bagaimana pengaruh, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian paket umrah. Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian Kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan data yang bersifat kausal komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek

---

<sup>7</sup> Ainaya Alfatehah "Pengaruh produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji dan Umrah", Skripsi (Surabaya :UIN sunan Ampel,2019), h.90.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>8</sup>

4. Penulis Nurul Izza Amalia, dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Vip pada Pt Al Amin Universal Tour Jakarta Selatan. Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun(2021). Menggunakan penelitiann kuantitatif yakni penelitian kuantitatif pengukuran gejala yang menjadi sangat penting, sehingga menggunakan kuesioner yang disusun berdsarkan pengukuran tiap variabel yang diteliti, kemudian menghasilkan data kuantitatif. Nilai apa yang dimiliki hubungan produk, harga, dan promosi dalam keputusan pembelian paket Haji dan Umrah Shafirah tour and travel cabang Gresik secara simultan, Nilai apa yang dimiliki hubungan produk, harga, dan promosi dalam keputusan pembelian paket Haji dan Umrah Shafirah tour and travel cabang Gresik secara simultan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Faiz Junanda Setiawan “ Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umarah”, Skripsi ( Surabaya: Stesia,2021), h.70

<sup>9</sup> Nurul Izza Amalia” Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Vip pada Pt Al Amin Universal Tour Jakarta Selatan”, Skripsi (Jakarta:UIN Syarif Hidaytullah,2021), h.70

5. Penulis Sariyawa, dengan judul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jurusan Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Pekan Baru pada tahun (2021). Nilai apa yang dimiliki hubungan produk, harga, dan promosi dalam keputusan pembelian paket Haji dan Umrah Shafirah tour and travel cabang Gresik secara simultan. Bentuk penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif dengan penelitian kuantitatif. Pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh hubungannya antara dua variabel atau lebih. Dengan bentuk penelitian ini amaka akan dapat diketahui secara jelas bagaimana pengaruh harga terhadap kepada keputusan pembelian.<sup>10</sup>
6. Penulis Irnawati dan Agus Sriyanto, dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi pada PT Bonita Anugrah Pratama di Jakarta) pada tahun (2018). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan beberapa hasil penelitian yang didapat yakni terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa trevel, terdapat pengaruh harga terdapat kepuasan konsumen,

---

<sup>10</sup> Sariyawa “ Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian”, Skripsi (Pekan Baru: UIR, 2020), h.90.

terdapat kualitas kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa trevel.<sup>11</sup>

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tugas akhir (Skripsi) ini merupakan hal yang penting, karena mempunyai garis-garis besar dan masing-masing bab saling berkaitan dan berurutan. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunan dan pembuatan proposal ini, sehingga terhindar dari kesalahan ketika penyajian pembahasan masalah. Penulis membagi menjadi dua bab yang masing-masing mempunyai karakteristik yang berbeda-beda namun dalam kesatuan yang saling berkaitan dan saling melengkapi.

Bab I, memuat bagian latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan peneelitan, penelitian terdahulu, metode penelitian, serta sistematika penulisa.

BAB II, merupakan bab awal pembahasan yang meliputi kajian teori yang didalamnya terdapat pengertian harga, lokasi, keputusan pemebelian, umrah, dan krangka berfikir serta hipotesis penelitian

---

<sup>11</sup> Irnawati dan Agus Sriyanti " Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Studi pada PT Bonita Anugrah Pratama di Jakarta", Jurnal ( Jakarta: Universitas Budi Luhur,2018), h.10.

BAB III, Bab ini merupakan bab yang membahas metode penelitian yang didalamnya terdapat jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan teknik sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi oprasional dan teknik analisis data

BAB IV, Bab ini merupakan bagian yang membahas ahasil penelitian yang berisi, profil dan diskripsi tempat penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis dan pemebahasan hasil penelitian.

BAB V, Bab ini merupakan bagian akhir dalam penelitian yang memuat kesimpulan akhir untuk menjawab permasalahan yang dibahas yang dibahas dalam bab sebelumnya serta memuat kritik dan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

