



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN JAMAAH DI PT. PRADANA
GRASINDO TOUR AND TRAVEL CABANG GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana (S. Sos)**

Oleh:
Ismatul Nazza
B94216082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2019**

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismatul Nazza

Nomor Induk Mahasiswa : B94216082

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik manapun
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 26 Desember 2019



g menyatakan,

Ismatul Nazza

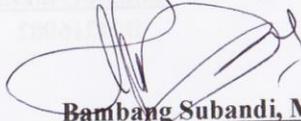
B94216082

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ismatul Nazza
NIM : B94216082
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen
Dakwah
Konsentrasi : Manajemen Haji dan Umrah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga
Terhadap Kepuasan Jamaah di PT.
Pradana Grasindo Tour And Travel
Cabang Gresik
Dosen Pembimbing : Bambang Subandi, M.Ag

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 16 Desember 2019
Dosen Pembimbing



Bambang Subandi, M.Ag
NIP: 197403032000031001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN JAMAAH DI PT.PRADANA
GRASINDO TOUR AND TRAVEL CABANG GRESIK

SKRIPSI
Disusun Oleh
Ismatul Nazza
B94216082

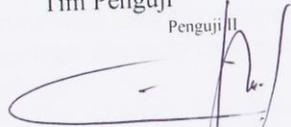
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 23 Desember 2019

Tim Penguji

Penguji I


Bambang Subandi, M.Ag
NIP. 197403032000031001
Penguji III

Penguji II

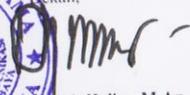

Dra. Imas Maesatoh, Dip. I, M.Lib-M.Lib.,Ph.D
NIP. 196605141902032001
Penguji IV


Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si
NIP. 197512302003121000


Airangga Bramavudha, MM
NIP. 197912142011011005



Rekan,


Dr. M. Abd. Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ISMATUL NAZZA
NIM : B94216082
Fakultas/Jurusan : FDK/MANAJEMEN DAKWAH
E-mail address : ismatulnazza@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN

JAMAAH DI PT. PRADANA GRASINDO TOUR AND TRAVEL CABANG GRESIK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Desember 2019

Penulis



(Ismatul Nazza)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Ismatul Nazza. NIM.B94216082, 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik.

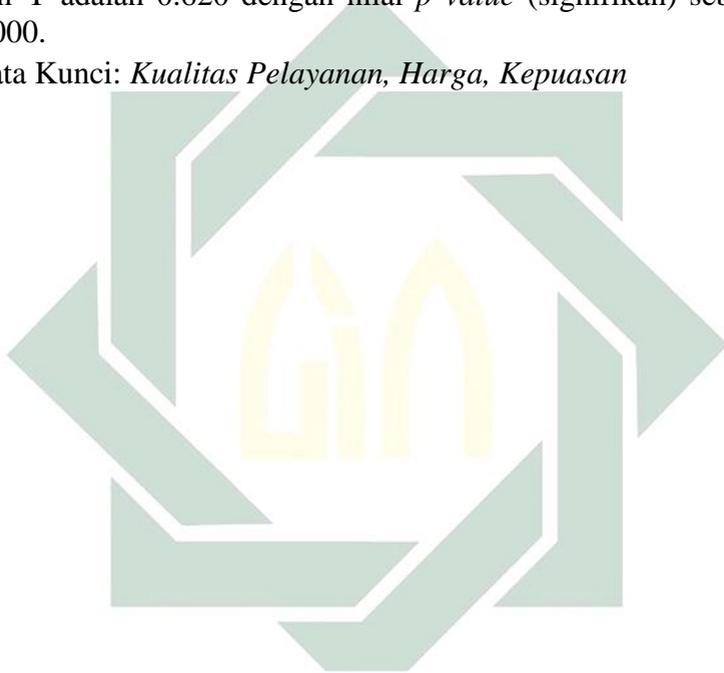
Kualitas pelayanan berhubungan dengan sumber daya manusia. Setiap biro perjalanan Umrah akan berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan sumber daya manusia yang berpengalaman dibidangnya agar jamaah merasa puas. PT Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik dalam melayani jamaah dilakukan oleh pimpinan cabang sendiri. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik memiliki *Tagline* 100 persen dijamin puas. Harga yang ditawarkan juga disesuaikan dengan fasilitas dan kurs dollar.

Tujuan penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Asosiatif digunakan untuk mencari hubungan antar variabel. Rumusan masalah yang diambil oleh peneliti yaitu Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah, Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah, berapakah nilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah, dan berapakah nilai pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah. Dalam menjawab rumusan masalah, peneliti menggunakan uji regresi linier berganda. Lokasi penelitian ini di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Penelitian ini memiliki 40 responden.

Hasil penelitian ini membuktikan empat hipotesis. Berdasarkan analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan

antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan secara parsial. Variabel kualitas pelayanan (X1) adalah $0.000 < 0.05$ dan variabel harga (X2) adalah $0.000 < 0.05$, maka kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikan. Nilai korelasi antara variabel X1 dan Y adalah 0.628 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000. Nilai korelasi antara variabel X2 dan Y adalah 0.620 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan*



DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENSITAS SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konsep	9
F. Definisi Konseptual	10
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	15
B. Kerangka Teori.....	20
C. Kajian Teori.....	21
1. Kualitas Pelayanan	21
a. Pengertian	21
b. Dimensi kualitas pelayanan	23
2. Harga	25
a. Pengertian	25
b. Peran harga	27
c. Dimensi harga	27
3. Kepuasan	28
a. Pengertian	28
b. Dimensi kepuasan.....	31

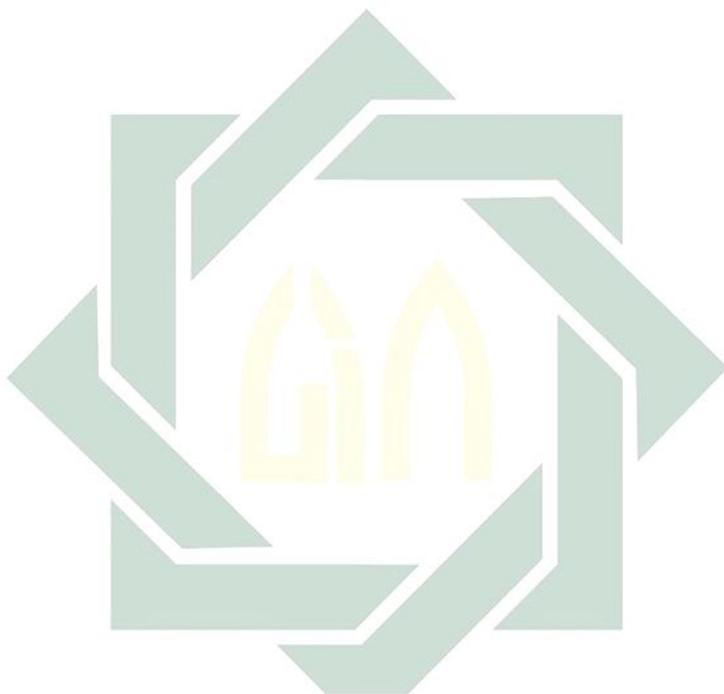
	D. Paradigma Penelitian	32
	E. Hipotesis Penelitian	33
	F. Prospektif Islam	33
BAB	III METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
	B. Lokasi Penelitian	36
	C. Populasi	36
	D. Variabel dan Indikator Penelitian	37
	E. Tahap-Tahap Penelitian	40
	F. Teknik Pengumpulan Data	41
	G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian	42
	H. Teknik Analisis Data	50
	1. Uji Normalitas	51
	2. Uji Multikolinieritas	51
	3. Uji Heteroskedastisitas	52
	4. Uji Regresi Liner Berganda	53
BAB	IV HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
	1. Sejarah	55
	2. Visi dan Misi	56
	3. Struktur	56
	4. Keuangan	57
	5. Aset	57
	6. Program	57
	7. Segmentasi	58
	B. Penyajian Data	58
	1. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
	a. Hasil Uji Normalitas	58
	b. Hasil Uji Multikolinieritas	59
	c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
	2. Hasil Uji Regresi Liner Berganda	62
	C. Pengujian Hipotesis	64
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
	E. Temuan Hasil Penelitian	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 73
B. Saran dan Rekomendasi 75
C. Keterbatasan Penelitian 75

DAFTAR PUSTAKA 76

LAMPIRAN 82

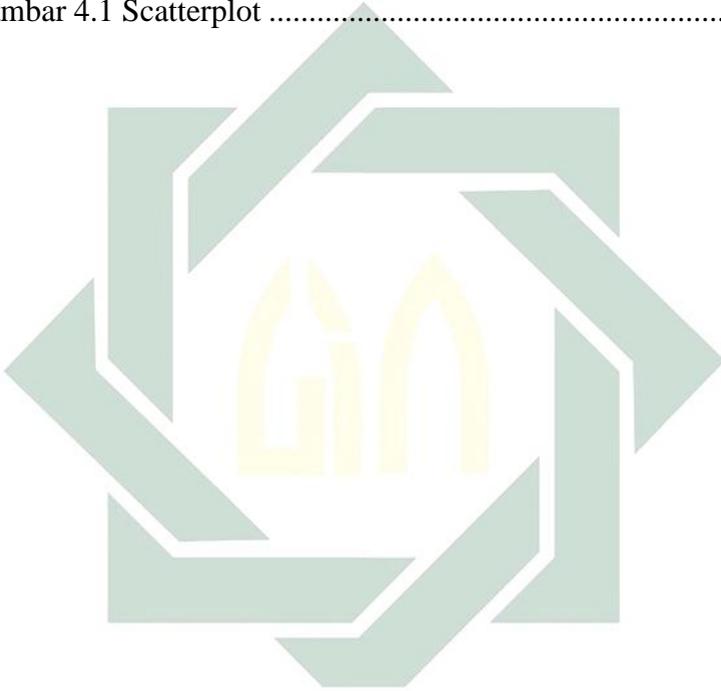


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Di PT. Pradana Grasindo Tour And Tarvel Cabang Gresik	5
Tabel 3.1 Nilai R Product Moment.....	44
Tabel 3.2 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 3.3 Hasil Validitas Variabel Harga	45
Tabel 3.4 Hasil Validitas Variabel Kepuasan	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Pada Kualitas Pelayanan	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Harga.....	49
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Kepuasan	50
Tabel 4.1 One Sample Kolmogorov	59
Tabel 4.2 Coefficients	60
Tabel 3.3 Correlation	63
Tabel 4.4 Kekuatan Hubungan.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Surat Izin Penyelenggaraan Travel	5
Gambar 1.2 Brosur PT. Pradana Grasindo Tour And Travel.	6
Gambar 2.1 Manajemen	19
Gambar 4.1 Scatterplot	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis merupakan dunia yang penuh dengan persaingan antar perusahaan. Hal tersebut tidak bisa dipisahkan dalam sebuah badan usaha. Biro perjalanan umrah merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia. Biro perjalanan umrah merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa. Menurut Kotler dan Keller, jasa merupakan tindakan yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Jasa tidak memiliki wujud. Produksinya bisa terikat dengan produk fisik atau tidak.¹ Setiap biro jasa Umrah memiliki strategi yang berbeda dalam memberikan rasa puas pada jamaah.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam perusahaan jasa. Salah satu cara menumbuhkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan kualitas pelayanan. Manajemen perusahaan yang baik merupakan faktor utama dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik pula. Menurut Andriferiyanto dan Endang, Manajemen adalah proses dalam menjalankan semua kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan². Menurut Hana dkk, keseluruhan proses tersebut memiliki tujuan untuk mencapai sasaran secara efektif. Dalam mencapai sasaran, perusahaan jasa perlu memiliki kualitas yang baik. Kualitas merupakan hal

¹ Philip Kotler Dan Kevin L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2007) hal 42

² Andriferiyanto dan Endang Shyta Triana. *Pengantar Manajemen 3 in 1*. (Kebumen: Mediatera, 2015) hal 4

yang penting di dalam perkembangan perusahaan.³ Dalam hal tersebut, kualitas pelayanan sangat diperlukan perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Pada bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan. Menurut Lupiyoadi, kualitas pelayanan adalah harapan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Hal tersebut dapat diukur dengan membandingkan antara persepsi pelanggan dengan layanan yang diterima pelanggan.⁴ Kualitas pelayanan sebagai fungsi dari harapan konsumen, hal tersebut harus berbanding sama dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengimbangi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Menurut Rust yang dikutip oleh Fandy, harapan pelanggan memiliki tiga tipe. Tiga tipe tersebut terdiri dari *will expectation*, *should expectation* dan *ideal expectation*. *Pertama*, *will expectation* adalah tingkat kinerja yang diperkirakan akan diterima konsumen. *Kedua*, *should expectation* adalah tingkat kinerja yang sepantasnya diterima konsumen. *Ketiga*, *ideal expectation* adalah tingkat terbaik yang diharapkan diterima konsumen.⁵ Tiga tipe tersebut berhubungan dengan pegawai atau karyawan, sehingga kualitas pelayanan perusahaan yang baik adalah dengan memiliki karyawan yang profesional. Dalam hal tersebut, karyawan harus memiliki aspek-aspek seperti tanggung jawab kepada semua jamaah, mampu melayani dengan cepat dan tepat, berkomunikasi secara jelas, mampu

³ Hana Catur Wahyuni, dkk. Pengendalian Kualitas. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015) hal 3

⁴ Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik Edisi Pertama*. (Jakarta Penerbit Salemba Empat, 2001) hal 148

⁵ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2005) hal 259

memberikan kepercayaan pada jamaah dan pengetahuan yang luas.

Dalam ketatnya persaingan, penentuan harga merupakan faktor penting di dalam sebuah produk atau jasa. Banyak kasus kebangkrutan perusahaan karena harga yang tidak sesuai di pasar. Harga menjadi barang yang sangat sentral dalam sebuah penjualan. Harga sangat menentukan apa yang nantinya akan didapatkan oleh konsumen. Harga sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen, tingkat harga nantinya akan menentukan fasilitas dan layanan yang diberikan perusahaan. Menurut Swastha dan Sukotjo, harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁶ Menurut Tjiptono, harga adalah sejumlah uang atau aspek lainnya yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.⁷

Saat ini, kepuasan konsumen menjadi prioritas bagi perusahaan. Hal ini guna mempertahankan jumlah konsumen. Banyak perusahaan berlomba-lomba mencari strategi untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya.⁸ Jika perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka perusahaan telah menciptakan

⁶ Basu Swastha Dan Sukotjo. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty, 2000) hal 211

⁷ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006) hal 178

⁸ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004) hal 145

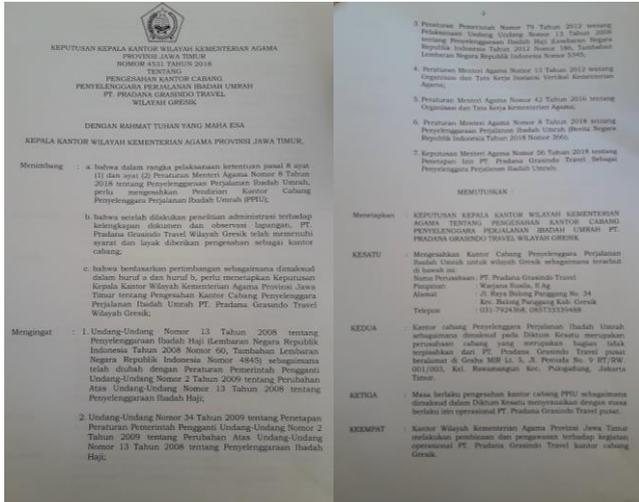
kepuasan pada konsumen. Jika harapan konsumen berbanding lurus dengan kenyataan, maka konsumen akan merasa puas. Ketika konsumen puas, konsumen akan membandingkan pelayanan di perusahaan satu dengan yang lainnya sebelum menggunakan kembali jasa tersebut atau merekomendasikan kepada yang lainnya. Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Harga merupakan hal yang penting dalam kepuasan konsumen.

PT. Pranada Grasindo Tour And Travel cabang Gresik merupakan usaha jasa yang bergerak di biro perjalanan ibadah umrah. Hal ini membuat PT. Pranada Grasindo Tour And Travel cabang Gresik harus memberikan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau untuk jemaahnya. Hal ini digunakan untuk menciptakan kepuasan pada jemaah.

Dari hasil observasi, PT. Pradana Grasindo Tour And Travel cabang Gresik dilayani oleh satu orang yang sekaligus pemilik Travel. segala bentuk pelayanan mulai dari administrasi pendaftaran jemaah, penanganan terkait masalah-masalah jemaah, logistik jemaah, manasikh yang dilakukan oleh pemilik travel, pemberangkatan dan hingga pendampingan jemaah ketika di Makkah sampai pulang ke Indonesia.

PT. Pradana Grasindo Tour And Travel cabang Gresik masih terbilang travel baru. Hal ini dikarenakan, PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik baru berdiri tahun 2018 dan PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik sudah memiliki izin resmi dari pemerintah.

Gambar 1.1 Surat Izin Penyelenggaran Travel



Sumber : Dokumen PT. Pradana Grasindo Tour And Travel cabang Gresik

Meskipun PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik terbilang travel baru, PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik mampu memberangkatkan jamaah hampir setiap bulan. PT. Pradana Grasindo sudah memberangkatkan sekitar hampir 200 jamaah sejak berdirinya. Berikut tabel jumlah jamaah:

Tabel 1.1 Jumlah jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Tarvel Cabang Gresik

Bulan Dan Tahun	Jumlah Jamaah
November 2018	20 jamaah
Januari 2019	29 jamaah
Maret 2019	25 jamaah
April 2019	25 jamaah
November 2019	40 jamaah
Jumlah Total Jamaah	139 jamaah

Di sini, jamaah umrah bisa memilih bulan yang diinginkan untuk pemberangkatan. Tidak hanya itu, PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik memberikan akta notaris resmi kepastian berangkat kepada jamaah dan PT. Pradana Grasindo Tour And Travel memiliki *tagline* 100% dijamin puas.

Gambar 1.2 brosur PT. Pradana Grasindo Tour And Travel

Berangkat Umroh Bersama
Grasindo travel.co.id

Memenuhi Ibadah Umroh
Aman, Terjangkau
Dan TERPERCAYA

Kantor Cabang Gresik

Sempurnakan Rukun Islam Yang Ke-5 dengan memenuhi Panggilan Allah SWT. Mari Syiar Umroh bersama **Grasindo** Solusi Mudah Menuju Baitullah Tanpa Kendala Biaya, bahkan bisa GRATIS !* * Syarat dan ketentuan berlaku

PAKET UMROH • 5 /Setoran
Rp. 26,5 Jt

Booking Seat
Rp. 6,5 Jt

* Akta Notaris Kepastian Berangkat
* Perlengkapan Koper, Kaah, Geta, Dll

5
KEPASTIAN UMROH

- PASTIKAN TRAVELNYA BERISAP
- PASTIKAN JADWALNYA
- PASTIKAN TERBANGNYA
- PASTIKAN HOTELNYA
- PASTIKAN VISANYA

www.haji.kemtanag.go.id

PT. PRADANA GRASINDO TRAVEL
(Izin PPIU No. 96/2018)
Rekening BSM No : 7125512555

Kantor Cabang Gresik :
Jl. Raya Balong Perunggo No. 14
Gresik - Jawa Timur
Telp. (031) 7924310

Informasi lebih lanjut hubungi :

Sumber: Dokumen PT. Pradana grasindo Tour And Travel

Hal tersebut tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diberikan. PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi

jamaahnya mulai dari pendaftaran, pemberkasan, manasikh umrah, konsultasi umrah, hingga keberangkatan sampai pulang ke tanah air. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengambil variabel kualitas pelayanan. Peneliti ingin mengetahui apakah dengan dilayani satu orang, kualitas pelayanan yang ada di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik dapat memberikan kepuasan bagi jamaahnya.

PT. Pradana Grasindo Travel cabang Gresik memiliki beberapa paket umrah dengan harga yang berbeda-beda dengan fasilitas yang berbeda. Hal ini disesuaikan dengan fasilitas yang diberikan. Harga juga disesuaikan dengan mengacu pada kurs dollar yang ada. Dalam faktor harga, PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik mengklaim bahwa ia memberikan fasilitas premium dengan harga yang rasional.

Dari latar belakang di atas, kualitas pelayanan sangat dibutuhkan oleh setiap badan usaha jasa, salah satunya adalah biro perjalanan umrah. Harga juga sangat menentukan fasilitas yang akan diterima oleh konsumen. kedua hal tersebut diharapkan dapat memunculkan kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan informasi dan data yang peneliti dapatkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN JAMAAH DI PT. PRADANA GRASINDO TOUR AND TRAVEL CABANG GRESIK”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Gresik?
2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Gresik?
3. Berapakah nilai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel?
4. Berapakah nilai pengaruh antara harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel?

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabanag Gresik
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabanag Gresik
3. Untuk mengetahui nilai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel?
4. Untuk mengetahui nilai pengaruh antara harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel?

D. Manfaat

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini berhubungan dengan dakwah islam yang dimplementasikan melalui biro perjalanan

- ibadah umrah dalam melayani masyarakat dan memberikan harga yang rasional sesuai dengan ilmu manajemen operasi dan produksi serta manajemen pemasaran guna memberikan wawasan terhadap pengembangan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga.
- b. Menjadi bahan masukan dan acuan kepada pihak-pihak tertentu dalam pengembangan ilmu pada penelitian-penelitian lanjutan yang sejenis.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi biro umrah, penelitian ini menjadi masukan bagi PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan harga.
 - b. Bagi masyarakat, penelitian ini menjadi informasi dalam memilih biro perjalanan umrah

E. Definisi Konsep

1. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Usmara, kualitas pelayanan adalah pernyataan yang berhubungan dengan sikap. Hubungan tersebut dari perbandingan antara harapan dan hasil.⁹ Oleh karena itu, kualitas pelayanan adalah semua bentuk aktifitas yang perusahaan lakukan untuk memenuhi harapan pelanggan.

2. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan jumlah uang yang penjual bebankan pada konsumen. hal tersebut berdasarkan atas produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan

⁹ Usman. *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. (Yogyakarta: Amara Books, 2003) hal 231

produk atau jasa.¹⁰ Jadi, harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan. Harga dapat memberikan *income* bagi perusahaan. Hal tersebut digunakan untuk keberlangsungan perusahaan.

3. Pengertian Kepuasan konsumen

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan berhubungan dengan perasaan senang atau kecewa seseorang. Perasaan ini muncul setelah membandingkan antara hasil terhadap persepsi.¹¹ Oleh karena itu, hal tersebut merupakan bentuk evaluasi yang konsumen lakukan setelah pembelian. Jika hasil berbanding lurus dengan persepsi atau bahkan lebih, maka pelanggan merasa puas. Jika hasil berbanding tidak sama dengan persepsi, maka pelanggan merasa tidak puas.

Dari penjelasan ketiga diatas dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan tentang harapan dan hasil yang diterima. Harga merupakan jumlah uang yang dibayar konsumen untuk mendapatkan sesuatu hal yang diinginkan. Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah melakukan atau menggunakan suatu hal atau barang.

F. Definisi Konseptual

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Usmara, kualitas pelayanan adalah pernyataan yang berhubungan dengan sikap. Hubungan tersebut dari perbandingan antara harapan dan hasil.¹² Oleh karena itu, kualitas pelayanan adalah semua bentuk aktifitas yang perusahaan lakukan untuk

¹⁰ Kotler Dan Armstrong. 2010 314

¹¹ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2005) hal 70

¹² Usman. *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. (Yogyakarta: Amara Books, 2003) hal 231

memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak dapat dipisahkan dari perusahaan jasa. Hal tersebut karena kualitas pelayanan menjadi tolak ukur bagi perusahaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus memperhatikan kualitas pelayanan dengan baik. Menurut parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas pelayanan dibagi menjadi lima unsur yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.¹³ Jadi, kelima unsur tersebut merupakan hal yang sangat krusial, sehingga perusahaan jasa harus memperhatikan lima unsur tersebut dalam menjalankan usahanya. Jika kelima unsur tersebut dipenuhi perusahaan jasa dengan baik, maka perusahaan tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik.

2. Harga

Menurut Hasan, harga merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan konsumen dalam memperoleh manfaat, pelayanan atau memiliki suatu produk.¹⁴ Menurut Kotler dan Keller, harga memiliki empat unsur. Unsur tersebut terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.¹⁵ Jadi kesimpulannya, harga merupakan uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Konsumen pasti akan membandingkan harga produk satu dengan produk lain dan konsumen akan mengevaluasi produk tersebut. Evaluasi tersebut

¹³ Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2002) hal 70

¹⁴ Johannes Gerardo. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado". *Jurnal EMBA* (Vol 2 No 3 Tahun 2014) hal 1803-1813

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009) hal

terkait dengan kesesuaian harga dan kualitas pelayanan yang diterima. Jika harga dan kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa ada kepuasan dalam menggunakan produk tersebut.

3. Kepuasan

Menurut Howard And Sheth yang dikutip oleh Tjiptono, kepuasan pelanggan merupakan situasi membandingkan antara hasil yang didapatkan dan hal yang dikorbankan. Bagi perusahaan-perusahaan, kepuasan adalah faktor penting dalam menarik konsumen lain. Kepuasan juga memiliki peran dalam menentukan kualitas produk atau jasa.¹⁶ Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen memiliki tiga unsur. Tiga unsur tersebut terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Ketiga unsur tersebut berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan¹⁷. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan hasil yang lebih dari apa yang dikorbankan pelanggan. Hal ini dikarenakan, kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli lagi produk atau jasa yang sama.

Dari penjelasan ketiga di atas dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan hal penting dalam perusahaan jasa. Perusahaan akan selalu mencari cara untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kualitas pelayanan adalah hasil persepsi antara keinginan dan hal yang diperoleh konsumen. Harga merupakan hal yang krusial dalam

¹⁶ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta, CV ANDI OFFSET, 2014) hal 353

¹⁷ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayu Media Publishing, 2005) Hal 101

perusahaan. Harga dapat digunakan untuk menentukan hal yang didapatkan oleh konsumen. Harga merupakan nilai tukar uang dengan barang atau jasa yang akan diperoleh konsumen. Kepuasan merupakan salah satu tolak ukur dari keberhasilan perusahaan jasa. Kepuasan adalah bentuk perbandingan suatu hal yang didapat dengan apa yang dikorbankan.

G. Sistematika Pembahasan

Pertama, bab satu pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang penelitian. Latar belakang tersebut membahas teori determinan mengenai judul dan keunikan objek. Rumusan masalah juga dijelaskan di bab satu. Rumusan masalah diambil dari latar belakang. Rumusan masalah akan melahirkan tujuan penelitian. Dari tujuan penelitian, hal yang dibahas adalah manfaat penelitian. Manfaat penelitian dibagi dua, yaitu teoritis dan praktis. Selanjutnya, bab ini menjelaskan definisi operasional dari judul penelitian dan sistematika pembahasan dibahas paling akhir di bab ini.

Kedua, bab dua kajian teoritik menjelaskan tentang kajian konseptual. Kajian konseptual terdiri dari empat bagian, yaitu penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. Pada bagian penelitian terdahulu, bagian ini menjelaskan penelitian-penelitian lama yang membahas sama dengan judul penelitian ini. Pada bagian kerangka teori, bagian ini akan dijelaskan tentang teori-teori kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Ketiga, bab tiga metode penelitian menjelaskan tentang sembilan hal, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi instrument penelitian, dan teknik analisis data. Pada bagian pendekatan

dan jenis penelitian, bagian ini dijelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang diambil oleh penulis. Pada bagian variabel dan indikator penelitian, bagian ini menjelaskan tentang variabel dan indikator yang diimplementasikan dalam bentuk tabel. Pada bagian tahap-tahap penelitian, bagian ini menjelaskan tentang tahap-tahap penulisan dari pra lapangan, lapangan, dan penulisan hasil. Pada bagian teknik pengumpulan data, bagian ini menjelaskan data apa saja yang dikumpulkan oleh penulis. Pada bagian teknik validasi instrument penelitian, bagian ini menjelaskan tentang alat ukur penelitian yang digunakan. Pada bagian teknik analisis data, bagian ini menjelaskan teknik analisis yang akan digunakan.

Keempat, bab empat hasil penelitian menjelaskan tentang objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini, peneliti akan menggunakan SPSS penyajian data.

Kelima, bab lima simpulan dan saran menjelaskan tentang kesimpulan, saran dan rekomendasi, dan keterbatasan penelitian. Pada bagian kesimpulan, bagian ini akan dijelaskan mengenai garis besar hasil penelitian. Pada bagian saran dan rekomendasi, bagian ini berisi saran yang diberikan penulis pada objek penelitian dan rekomendasi penulis terhadap objek penelitian. Pada bagian keterbatasan penelitian, bagian ini berisi hal-hal yang menjadi keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pertama, studi terdahulu tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang ditulis oleh Putu Reina¹⁸, Arie¹⁹, Gofur²⁰, Angga²¹, Ade²². Persamaan Studi mereka terletak pada hasil studi. Hasil studi menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kedua, studi mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang ditulis oleh Wibowo²³, Aryani²⁴, dan

-
- ¹⁸ Putu Reina Algista Tarigan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour And Travel). *Skripsi* (Semarang: Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Negeri Semarang, 2018)
- ¹⁹ Arie Prasetio. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI Cabang Semarang”. *Management Analysis Journal*. (No 1 Vol 4 Tahun 2012) Hal 1 - 8
- ²⁰ Abdul Gofur. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* (Vol 4 No 1 Tahun 2019) Hal 37-44
- ²¹ Ignatius Angga Prasetya Primadiawan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka Yogyakarta”. *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, Uiniversitas Sanata Dharma, 2018)
- ²² Ade Syarif Maulana. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”. *Jurnal Ekonomi* (Vol 7 No 2 Tahun 2016) Hal 113-125
- ²³ Ari Susanti Wibowo. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto”. *Skripsi* (Medan: Jurusan Manajemen, Universitas Sumatera Utara, 2013)

Wahyuni²⁵. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, harga, kualitas pelayanan, nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Ketiga, studi mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang ditulis oleh Brian²⁶, Rina²⁷, Maramis dkk²⁸, Nadia dkk²⁹, Annisa dan Niken³⁰, dan Melya³¹. Hasil penelitian

²⁴ Yustina Aryani. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. Skripsi. (Yogyakarta: Manajemen, Universitas Sanata Dharma, 2018)

²⁵ Dita Dwi Wahyuni. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. Skripsi. (Kediri: Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016)

²⁶ Brian Nur Pratama. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Special Sambal Cabang Bintaro). *Skripsi*. (Jakarta: Manajemen, UIN Syarif Hidayatullah, 2016)

²⁷ Rina Sukmawati. Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. (Yogyakarta: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)

²⁸ Freekly Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. AIR MANADO. *JURNAL EMBA*. (Vol 6 No 3 Tahun 2018) hal 1685-1667

²⁹ Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko, dan Saryadi. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-MAMAMIA Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang. *Jurnal Of Social And Politic*. (Vol 10 Tahun 2013) hal 1-8

³⁰ Annisa Fiazisyah Dan Niken Purwidiani. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya”. *E-Jurnal Boga* (Vol 7 No 2 Tahun 2018) Hal 168-187

³¹ Melya Puri. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar

ini menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Keempat, studi tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang ditulis oleh Lina³², Oldy³³, Indra³⁴, Intan³⁵, dan Siti dkk³⁶. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Kelima, studi tentang pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan harga kepuasan pelanggan yang ditulis oleh Ghalih dkk³⁷, Fatriansah³⁸. Hasil penelitian ini

Lampung”. *Skripsi* (Bandar Lampung: Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, 2016)

³² Lina Sari Situmeang. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan”. *Skripsi* (Medan: Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017)

³³ Oldy Ardhana. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*. (Semarang: Manajemen, Universitas Diponegoro, 2010)

³⁴ Indra Firdiyansyah. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik Rekaman*. (Vol 01 No 01 Tahun 2017) hal 1-9

³⁵ Intan Sari. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Palembang. *Skripsi*. (Palembang: Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018)

³⁶ Siti Nurhalimah, Leonardo Budi Hasiholan, Cicik Harini. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran)”. *Journal Of Management*. (Vol 4 No 4 Tahun 2018) Hal 1-15

³⁷ Ghalih Galang Tangguh W, Edriana Pangestuti, dan Inggang Perwangsa Nuralam. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. (Vol 61 No 2 Tahun 2018) hal 118 - 126

menunjukkan bahwa, citra merek, kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan.

Dari penelitian terdahulu di atas, terdapat lima bentuk. *Pertama*, studi terdahulu tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Kedua*, studi harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan. *Ketiga*, kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Keempat*, pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Kelima*, pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan harga kepuasan pelanggan.

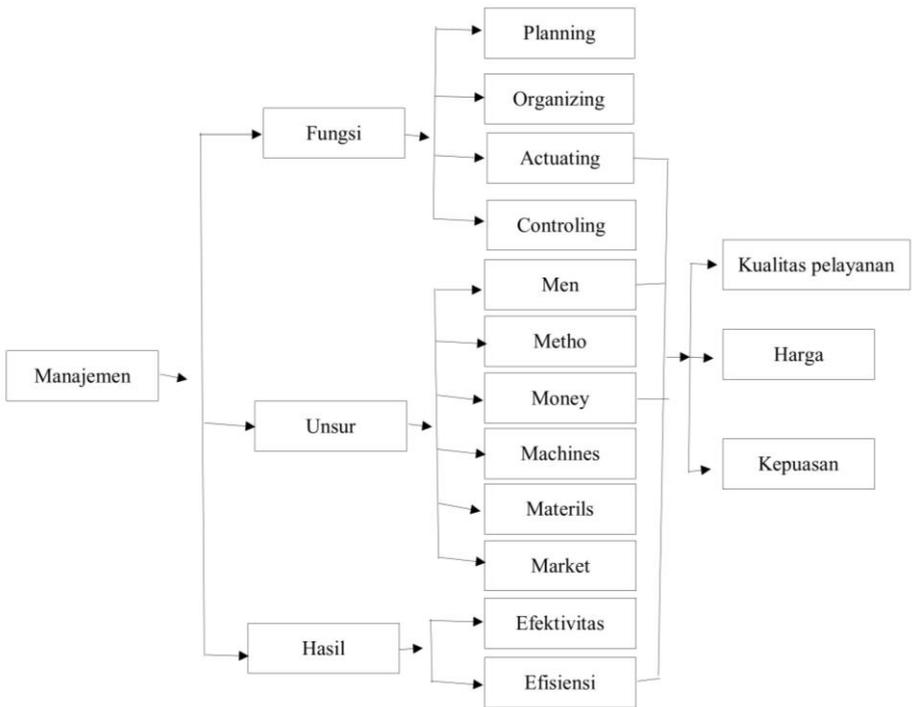
Penelitian ini termasuk dalam bentuk yang pertama. Di dalam bentuk pertama, peneliti menemukan lima orang yang telah melakukan penelitian ini. *Pertama* Putu Reina, perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada rumusan masalah. Pada penelitian Putu Reina, penelitian tersebut mencari hubungan kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mencari hubungan dan nilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan. Pada dimensi harga di penelitian Putu Reina, ia menggunakan tiga dimensi harga (harga terjangkau, harga sesuai kualitas dan harga bersaing), sedangkan penelitian ini menggunakan empat dimensi harga (keterjangkauan harga, kesesuaian dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat). *Kedua* Arie, perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada rumusan masalah. Pada penelitian Arie, penelitian tersebut mencari hubungan kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mencari

³⁸ Fatriansah. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien. *Skripsi*. (Jakarta : Manajemen, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)

hubungan dan nilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan. *Ketiga* Gofur, perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada rumusan masalah. Pada penelitian Ghofur, penelitian tersebut mencari hubungan kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mencari hubungan dan nilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan. *Keempat* Angga, perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada rumusan masalah. Pada penelitian Ghofur, penelitian tersebut mencari hubungan kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mencari hubungan dan nilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan. Pada dimensi harga di penelitian Ghofur, ia menggunakan dua dimensi harga (Tingkatan Harga dan Potongan Harga), sedangkan penelitian ini menggunakan empat dimensi harga (keterjangkauan harga, kesesuaian dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat). *Kelima* Ade, perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada rumusan masalah. Pada penelitian Ade, penelitian tersebut mencari hubungan kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan, sedangkan penelitian ini mencari hubungan dan nilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan.

B. Kerangka Teori

Gambar 2.1 Manajemen



Dalam penelitian ini, kerangka teori digunakan sebagai penghubung antara teori satu dengan lainnya yang nantinya menjadi topik penelitian manajemen. Manajemen memiliki empat fungsi. Empat fungsi tersebut adalah *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang didapatkan oleh konsumen dari perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan bagian dari *Total Quality Service* yang terdapat dalam manajemen pemasaran atau jasa. Manajemen pemasaran merupakan fungsi *Actuating* di dalam fungsi manajemen. Kualitas pelayanan berhubungan dengan *Men*.

Hal ini dikarenakan, kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan sumber daya manusia yang berkompeten. Harga merupakan bagian dari Marketing. Marketing termasuk ke dalam fungsi Actuating. Harga berhubungan dengan Money. Hal ini dikarenakan, Harga sangat berperan penting dalam menentukan apa yang akan didapatkan dalam suatu produk atau jasa. Kepuasan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan merupakan bagian dari fungsi manajemen Actuating. Kepuasan berhubungan dengan Man. Hal ini dikarenakan, kepuasan menyangkut dengan rasa atau perasaan seseorang. Dari hal tersebut, hubungan antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan adalah sama-sama menjadi bagian penting dalam fungsi manajemen. Ketiganya akan menghasilkan efisiensi.

C. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan kegiatan yang diberikan seseorang kepada orang lain. pada dasarnya, pelayanan tidak memiliki wujud dan pelayanan tidak berakibat dalam pemilihan sesuatu³⁹. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Hal tersebut akan berakibat pada kepuasan dari konsumen.

Pelayanan mencakup beberapa hal. Beberapa hal tersebut yaitu kelengkapan, keramahan, ketepatan, dan tanggung jawab pada produk. Pelayanan merupakan hal yang krusial bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan pelayanannya dengan baik.

³⁹ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid Dua*. (Jakarta: Erlangga, 2005) Hal 46

Menurut kurz dan clow yang dikutip oleh yusnani dan endang, jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.⁴⁰

Menurut Kotler, kualitas merupakan ciri dan sifat produk atau pelayanan. Ciri dan sifat tersebut berpengaruh pada kemampuan produk atau jasa dalam memuaskan kebutuhan⁴¹. Manakala produk atau jasa dikatakan berkualitas, maka produk atau jasa tersebut harus memiliki ciri dan sifat yang baik. Konsumen akan lebih memiliki produk atau jasa yang berkualitas, sehingga perusahaan harus memberikan produk yang terbaik bagi konsumennya. Hal tersebut digunakan untuk meningkatkan jumlah konsumennya.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan ukuran baik buruknya dari sebuah pelayanan. Hal tersebut berhubungan dengan harapan dan hasil⁴². Jika konsumen menerima hasil yang sesuai dengan harapan, maka perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik. Jika konsumen menerima hasil yang tidak sesuai dengan harapan, maka perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang buruk.

⁴⁰ Yusnani dan ending sutrisna. Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa umroh pada pt.silver silk tour and travel pekanbaru. Jurnal JOM FISIP (vol 05 Tahun 2018) hal 1-17

⁴¹ Philip Kotler. Manajemen Pemasaran Edisi Millennium. (Jakarta: Indeks, 2004) Hal 67

⁴² Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi, 2004) Hal 60

Menurut Kotler, kualitas pelayanan terbentuk dari empat hal. Empat hal tersebut terdiri dari komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan individu, pengalaman di masa lalu, dan promosi perusahaan⁴³. Dari hal-hal tersebut, harapan konsumen akan terbentuk. Hal ini akan menimbulkan adanya perbandingan. Konsumen akan membandingkan harapan dan hasil atau layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan berkaitan dengan persepsi konsumen. persepsi tersebut menyangkut mutu perusahaan. jika perusahaan memiliki tingkat kualitas pelayanan yang tinggi, maka tingkat kepuasan akan bertambah besar. Menurut Lopiadi dan Hamdani, kepuasan pelanggan dipengaruhi lima faktor. Salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan.⁴⁴

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dipengaruhi dua faktor. Dua faktor tersebut terdiri dari *expected service* dan *perceived service*.⁴⁵ *Expected service* merupakan jasa yang diharapkan konsumen. *Perceived service* merupakan jasa yang diterima konsumen. Dua hal tersebut dipengaruhi oleh pola pikir konsumen. Jika konsumen merasa harapan dan hasil yang diterima sesuai, maka konsumen akan merasa puas akan produk tersebut.

b. Dimensi kualitas pelayanan

⁴³ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian* Jilid Dua. (Jakarta: Erlangga, 2005) Hal 56

⁴⁴ Lopiyadi dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 158

⁴⁵ Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi, 2004) Hal 60

Menurut parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas pelayanan memiliki lima unsur. Lima unsur tersebut terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*)⁴⁶. *Pertama*, bukti fisik adalah kemampuan perusahaan di dalam menunjukkan diri. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan pada pihak luar. Bukti fisik terdiri dari beberapa indikator. Indikator tersebut meliputi penampilan, fasilitas, pra sarana, dan keadaan lingkungan. *Kedua*, keandalan adalah kemampuan perusahaan kepada konsumen di dalam memenuhi janjinya. Indikator keandalan terdiri dari pemberian pelayanan yang cepat, informasi yang tepat dan penyelesaian masalah yang cepat. *Ketiga*, ketanggapan merupakan hal yang menjadi kemauan dari perusahaan dalam membantu konsumen. indikator ketanggapan terdiri dari proses pelayanan yang mudah dan kesiapan perusahaan dalam menghadapi masalah. *Keempat*, jaminan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa percaya pada pelanggan. Indikator jaminan terdiri dari rasa aman dan asuransi bagi konsumen dalam menggunakan jasa. *Kelima*, empati merupakan perhatian yang diberikan perusahaan pada konsumen. perhatian tersebut merupakan perhatian yang tulus dan sifatnya diberikan pribadi. Indikator empati terdiri dari keramahan, perusahaan mau menerima masukan konsumen, dan adanya kepedulian pada keluhan konsumen.

⁴⁶ Fandy Tjiptono. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2002) Hal 70

2. Harga

a. Pengertian harga

Menurut Tjiptono, harga adalah satuan moneter dalam pembelian barang atau jasa oleh konsumen, sehingga konsumen memiliki hak untuk menggunakan barang atau jasa.⁴⁷ Menurut Kotler, harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar konsumen. Hal itu dikarenakan, konsumen telah menggunakan produk atau jasa untuk digunakan manfaatnya⁴⁸. Menurut Kotler dan Keller, harga merupakan elemen dari bauran pemasaran. Elemen ini dapat menghasilkan pendapatan. Harga adalah elemen yang termudah di dalam program pemasaran. Hal tersebut dikarenakan harga mudah untuk disesuaikan⁴⁹. Oleh karena itu, harga merupakan unsur penting dalam perusahaan. Jika perusahaan dapat menentukan harga dengan baik, maka perusahaan akan mendapatkan *income* untuk keberlangsungan perusahaan.

Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, bukti empiris dari hubungan tersebut masih sedikit yang mengeksplorasi. Menurut Kotler, konsumen masih memiliki tingkat perhatian, pengetahuan dan kesadaran yang rendah pada harga. Konsumen perlu mengetahui harga lebih akurat. Hal tersebut dapat

⁴⁷ Fandy Tjiptono. *Prespektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. (Yogyakarta: Andi, 2004) Hal 151

⁴⁸ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta: PT. Indeks, 2005) Hal 72

⁴⁹ Philip Kotler Dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. (Jakarta: Erlangga, 2009) Hal 67

dicari dari referensi internal dari banyak produk⁵⁰. Menurut Irawan yang dikutip oleh Yusnani dan ending, faktor harga merupakan faktor yang dianggap sensitif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan. Dengan adanya harga yang relative murah akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.⁵¹

Menurut Kotler, harga memiliki tiga strategi. Strategi tersebut terdiri dari penetapan harga jual, elastisitas harga, dan perbandingan harga pesaing.⁵² *Pertama*, penetapan harga jual harus berorientasi pada pembeli. Hal tersebut mencakup pada pemahaman konsumen. Pengetahuan konsumen tersebut berupa besar nilai yang ditempatkan konsumen pada manfaat dalam menggunakan produk. *Kedua*, elastisitas harga berhubungan dengan responsive permintaan. Responsive permintaan tersebut berhubungan dengan perubahan harga. Jika permintaan tetap sama terhadap barang atau jasa dengan harga yang sedikit berubah, maka permintaan tersebut tidak menunjukkan elastisitas. Jika permintaan banyak terhadap barang atau jasa dengan harga yang sedikit berubah, maka permintaan tersebut menunjukkan elastisitas. *Ketiga*, perbandingan harga pesaing berhubungan dengan reaksi atau tindakan pesaing

⁵⁰ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta: PT. Indeks, 2005)
Hal 34

⁵¹ Yusnani dan ending sutrisna. Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa umroh pada pt.silver silk tour and travel pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP* (vol 05 Tahun 2018) hal 1-17

⁵² Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta: PT. Indeks, 2005)
Hal 452

pada penetapan harga sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan, konsumen sering membandingkan produk satu dengan produk lain. Hal tersebut berhubungan dengan evaluasi konsumen.

b. Peranan harga

Menurut Tjiptono, harga memiliki peran penting secara makro dan mikro. Harga memiliki dua peranan. Dua peranan tersebut dibedakan menjadi peran bagi perekonomian dan peran bagi konsumen. *Pertama*, peran harga terhadap perekonomian. Harga berpengaruh pada sewa, bunga, laba dan tingkat upah. Regulator dasar perekonomian adalah harga. Hal tersebut dikarenakan, harga memiliki pengaruh pada alokasi faktor produksi. Alokasi faktor produksi tersebut terdiri dari tanah, modal, waktu, tenaga kerja, dan kewirausahaan. Sebagai alokator, harga akan menentukan barang yang akan di produksi dan orang yang akan membeli produk yang dihasilkan. *Kedua*, peran harga terhadap konsumen. banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam pembelian. Hal tersebut dikarenakan, kualitas barang biasa dipengaruhi oleh harga.⁵³

c. Dimensi harga

Menurut Kotler dan Keller, harga memiliki empat unsur. Unsur tersebut terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga

⁵³ Fandy Tjiptono. *Prespektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. (Yogyakarta: Andi, 2004) Hal 182

dengan manfaat.⁵⁴ *Pertama*, harga yang terjangkau merupakan harapan semua konsumen. Konsumen akan mencari produk yang terjangkau bagi mereka. Hal tersebut dilakukan konsumen sebelum membeli produk atau jasa. Indikator keterjangkauan harga meliputi keterjangkauan bagi semua konsumen dan harga yang tergolong murah. *Kedua*, harga yang sesuai dengan kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen. Biasanya, konsumen tidak memandang harga asal kualitas produk atau jasa berkualitas, tetapi konsumen lebih menginginkan kualitas bagus dengan harga murah. Indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk terdiri dari harga dengan pelayanan yang sesuai dan harga dengan fasilitas yang sesuai. *Ketiga*, daya saing harga perusahaan ditetapkan dengan mempertimbangkan harga perusahaan pesaing. Hal tersebut digunakan untuk dapat bersaing di pasar. Indikator daya saing harga terdiri dari harga yang lebih murah dari pesaing dan harga yang lebih mahal dari pesaing. *Keempat*, harga disesuaikan dengan manfaat jasa atau barang. Terkadang, konsumen lebih memperhatikan manfaat daripada harga. Indikator kesesuaian harga dengan manfaat terdiri dari harga dan manfaat sesuai harapan, harga dan manfaat tidak sesuai harapan, harga dan manfaat lebih dari harapan.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian kepuasan konsumen

Menurut Kotler, kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang yang berasal dari

⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009) hal

perbandingan hasil dan harapan⁵⁵. Menurut Alma, kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional yang terjadi saat evaluasi. bentuk evaluasi tersebut berdasarkan pengalaman konsumen di dalam menggunakan produk atau jasa⁵⁶. Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli yang terjadi setelah menggunakan suatu produk atau jasa.⁵⁷

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, kepuasan konsumen terdiri dari empat aspek. Aspek-aspek tersebut berguna untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam perusahaan. Aspek-aspek tersebut terdiri dari:

- 1) Kepuasan konsumen memperkecil kesenjangan antara perusahaan dan konsumen
- 2) Perusahaan wajib membangun komitmen untuk menciptakan visi. Visi tersebut digunakan dalam memperbaiki proses pelayanan
- 3) Perusahaan memberikan pelanggan kesempatan dalam menyampaikan keluhan
- 4) Perusahaan menerapkan dan mengembangkan *accountable, proactive, dan patnerships*.

Selain aspek-aspek, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh lima faktor. Lima faktor tersebut

⁵⁵ Philip Kotler. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid Dua. (Jakarta: Erlangga, 2005) Hal 36

⁵⁶ Alma Buchori. Manajemen Pemasaran Dan Jasa. (Bandung: CV Alfabeta, 2006) Hal 238

⁵⁷ Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi, 2004) 24

terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya.

1) Kualitas produk

Kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas. Konsumen akan merasa puas, bila mereka menggunakan produk yang berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas, bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan hal tersebut harus sesuai dengan harapan konsumen.

3) Emosi

Emosi berkaitan dengan perasaan seseorang. Konsumen akan merasa bangga, bila ia menggunakan produk tertentu dan orang-orang menjadi kagum padanya. Hal ini menjadikan tingkat kepuasan lebih tinggi yang dirasakan konsumen. Kepuasan tersebut diakibatkan karena sosial. Hal tersebut membuat konsumen puas karena sebuah merek.

4) Harga

Jika produk mempunyai kualitas yang sama dan harganya terbilang murah, maka hal tersebut memberikan nilai yang lebih pada konsumen.

5) Biaya

Konsumen akan merasa puas, bila ia tidak perlu mengeluarkan uang tambahan dan ia tidak perlu membuang

waktu yang lama dalam mendapatkan suatu produk atau jasa.⁵⁸

b. Dimensi dan Indikator kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen memiliki tiga unsur. Tiga unsur tersebut terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

1) Kesesuaian harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja pelayanan dan harapan yang dirasakan konsumen. indikator kesesuaian harapan meliputi kesesuaian pelayanan dengan harapan dan kesesuaian harga dengan harapan.

2) Minat berkunjung kembali

Pelanggan bersedia untuk berkunjung kembali dan pelanggan melakukan pembelian ulang. Indikator minat berkunjung kembali terdiri dari menggunakan kembali, berkunjung kembali karena kualitas pelayanan, dan berkunjung kembali karena harga.

3) Kesediaan merekomendasikan

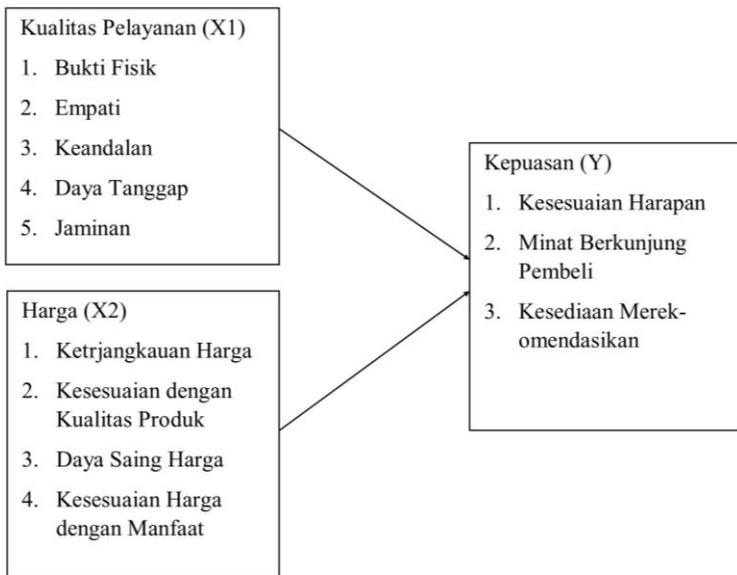
Pelanggan bersedia untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain. Indikator kesediaan merekomendasikan terdiri dari merekomendasikan harga dan merekomendasikan kualitas.⁵⁹

⁵⁸ Lupiyoadi dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi dua. (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 192

⁵⁹ Fandy Tjiptono. Pemasaran Jasa. (Malang: Bayu Media Publishing, 2005) Hal 101

D. Paradigma Penelitian

Menurut Lopyadi dan Hamdani, kepuasan pelanggan dapat ditentukan dengan lima faktor. Lima faktor tersebut terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga dan biaya.⁶⁰ Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan adalah tingkat dari keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan. salah satu yang menjadi faktor dalam menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam memuaskan pelanggannya adalah dengan ditingkatkannya kualitas pelayanan.⁶¹



⁶⁰ Lopyoadi dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 158

⁶¹ Fandy Tjiptono. Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS). (Yogyakarta: Andi Office, 2003) hal 59

E. Hipotesis penelitian

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah. Hal tersebut dikarenakan, hipotesis masih didasarkan pada teori yang relevan dan hipotesis belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data.⁶² Dalam hal ini, kesimpulan penelitian sementara sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

b. Hipotesis 2

Ha : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

F. Prespektif Keislaman

Dalam Islam, badan usaha harus memberikan hasil yang terbaik bagi pelanggannya. Perusahaan jasa harus memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas. Hal tersebut telah diperintahkan Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 267:⁶³

⁶² Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2016) hal 63

⁶³ Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta: PT Toha Putra, 2008)

مِنَ لَكُمْ آخِرَ جَنَّا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتِ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَمْثَلُوا الَّذِينَ آتَيْهَا:
تُعْمَضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَبِمَمَّوَا وَلَا ۗ الْأَرْضِ
حَمِيدٌ عَنِّي اللَّهُ أَنْ وَعَلَّمُوا ۗ فِيهِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji” (Q.S AL-BAQARAH: 267)

Dalam Islam, sebuah badan usaha harus dapat menentukan harga dengan baik. Perusahaan dalam mencari pendapatan tidak boleh memberikan harga di atas harga wajar. Hal tersebut telah diperintahkan Allah SWT dalam surat An-Nisa Ayat 29⁶⁴:

تِجَارَةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْثَلُوا الَّذِينَ آتَيْهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۗ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا ۗ مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S AN-NISA : 29)

⁶⁴ Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta: PT Toha Putra, 2008)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian ini berupa angka. Selain angka, data juga dianalisis dengan menggunakan statistika. Menurut Sugiono, pendekatan yang dilakukan dengan kuantitatif berupa angka-angka dan menggunakan statistika dalam analisisnya.⁶⁵ Pendekatan ini memiliki tujuan dalam menguji sebuah teori atau mencari fakta dan memperlihatkan sebuah hubungan yang terjadi dari variabel-variabel. Pendekatan ini juga dapat mendeskripsikan dalam bentuk statistika dan mentaksir ataupun meramal dari hasil.⁶⁶

Penelitian ini menggunakan jenis dari pendekatan kuantitatif asiasiatif. Asiasiatif digunakan dalam mencari korelasi variabel. Menurut Nanang, jenis asiasiatif merupakan jenis dalam penelitian yang digunakan dalam menemukan korelasi variabel. Jenis asiasiatif terdiri dari bentuk. Bentuk tersebut berupa hubungan. Tiga bentuk tersebut adalah kausal, simetris dan interaktif.⁶⁷ Oleh karena itu, penelitian tersebut terdapat variabel *independen* dan *dependen*.

- a. Variabel *independen* atau terikat : kualitas pelayanan dan harga

⁶⁵ Sugiyono "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 7

⁶⁶ Tim Penyusun "Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah" (Surabaya: Jurusan Manajemen Dakwah, 2015), hal 13

⁶⁷ Nanang Martono "Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS" (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), hal 12

- b. Variabel *dependen* atau bebas : kepuasan konsumen

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan metode survey. Metode survey menggunakan angket dan kuesioner dalam pengumpulan dari datanya. Menurut Sugiyono, metode survey merupakan metode yang pengumpulan dari datanya menggunakan koesioner atau angket. Metode ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada para responden. Pertanyaan tersebut nantinya akan djawab oleh responden.⁶⁸ Selanjutnya, hasil angket akan dilanjutkan menggunakan uji dari statistika, sehingga dari data yang ada akan muncul keterangan berbentuk informasi dan selanjutnya akan dilakukan analisis.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik Jl. Raya Balong Panggang No. 34 Kecamatan Balong Panggang Kabupaten Gresik. Lokasi dari penelitian ini sangat strategis sehingga dapat dijangkau dengan mudah.

C. Populasi

Menurut Nanang, populasi merupakan seluruh dari subjek penelitian. Populasi menggambarkan subjek penelitian yang kemudian digunakan untuk menentukan sampel. Peneliti akan mengambil seluruh objek yang berada di suatu wilayah. Objek tersebut harus memenuhi syarat-syarat yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁶⁹ Berdasarkan pemahaman tersebut,

⁶⁸ Sugiono”Metode Penelitian Bisnis”(Bandung : Alfabeta, 2011), hal 135

⁶⁹ Nanang Martono”Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS “(Yogyakarta: Gaya Media, 2010), hal 15

penentuan populasi penelitian adalah jamaah umrah PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik pada bulan November 2019. Jamaah Umrah pemberangkatan November 2019 berjumlah 40 orang.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel adalah bagian penelitian yang ditetapkan. Bagian tersebut dipelajari oleh peneliti, sehingga nantinya peneliti akan mendapatkan sebuah informasi mengenai bagian tersebut dan peneliti bisa memperoleh atau mengambil kesimpulan sesudahnya⁷⁰. Dalam hal tersebut, penelitian ini terdiri dari dua jenis. Dua jenis tersebut adalah variabel. Dua jenis tersebut terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas.

a. Variabel *Independen*

Variabel *Independen* adalah variabel bebas. Menurut Sugiono, variabel bebas dapat diartikan sebagai variabel yang dimana ia dapat mempengaruhi variabel terikat.⁷¹ Variabel *Independen* yang ada di dalam penelitian ini ada dua. *Pertama*, variabel X1 adalah kualitas pelayanan. *Kedua*, variabel X2 adalah harga.

b. Variabel *Dependen*

Variabel *dependen* adalah variabel terikat. Menurut Sugiono, variabel terikat dapat diartikan sebagai variabel yang dimana ia dipengaruhi dari variabel bebas.⁷² Variabel *dependen* di dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y)

2. Indikator penelitian

⁷⁰ Sugiono "Statistika Untuk Penelitian" (Bandung: Alfabeta, 2015) hal 03

⁷¹ Sugiono "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D" (Bandung, Alfabeta, 2013) hal 38

⁷² Ibid, hal 39

Menurut Sugiono, indikator berguna untuk mengukur jauh atau besarnya variabel yang saling berkesinambungan.⁷³ Dalam penelitian ini terdiri dari variabel (X1 dan X2) dan variabel (Y) yang masing-masing memiliki dimensi dan indikator yang berbeda. Berikut tabel penjelasan isi konsep serta variabel dalam penelitian ini adalah :

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
1	Kualitas pelayanan	Bukti fisik	Fasilitas
			Keadaan kantor
			Alat-alat perlengkapan
		Keandalan	Pemberian informasi yang tepat
			Pelayanan yang cepat
			Cepat dalam menyelesaikan Masalah
		Daya tanggap	Proses pendaftaran yang mudah
			Kesiapan dalam menghadapi masalah pelanggan
		Jaminan	Rasa aman
			Adanya asuransi
		Empati	Keramahan
			Menerima masukan pelanggan

⁷³ Sugiono. Metode Penelitian Bisnis. (Bandung, Alfabeta, 2012) hal 147

			Kepedulian terhadap keluhan konsumen
2	Harga	Keterjangkauan harga	Terjangkau bagi semua jamaah
			Harga tergolong murah
		Kesesuaian dengan kualitas produk	Harga dengan pelayanan sesuai
			Harga dan fasilitas sesuai
		Daya saing harga	Lebih murah
			Lebih mahal
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga dan manfaat sesuai harapan
			Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan
Harga dan manfaat lebih dari harapan			
3	Kepuasan pelanggan	Kesesuaian harapan	Kesesuaian pelayanan dengan harapan
			Kesesuaian harga dengan harapan
		Minat berkunjung pembeli	Menggunakan kembali
			Berkunjung kembali karena kualitas pelayanan
			Berkunjung kembali
			Berkunjung kembali

		karena harga
		Merekomendasikan karena harga memuaskan
	Kesediaan merekomendasikan	Merekomendasikan karena kualitas pelayanan memuaskan

E. Tahap-Tahap Penelitian

Penelitian ini memiliki empat tahap. Tahap tersebut, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan, peneliti mulai menentukan masalah. Masalah tersebut dijadikan ke dalam rumusan masalah. Kemudian, peneliti menentukan variabel, peneliti melakukan sebuah studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh sebuah gambaran. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh sebuah landasan teori yang sesuai. Landasan teori tersebut berguna untuk melakukan pengecekan oleh dosen pembimbing dahulu.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Tahap ini, peneliti menentukan lokasi sebagai objek penelitian. Peneliti juga menentukan berapa populasi dan sampel dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan alat ukur yang sebelumnya sudah disiapkan.

3. Tahap Pengolahan Data

Dalam tahap ini, peneliti melakukan beberapa tahap. Tahap pertama, peneliti melakukan

penilaian atau skoring. Skoring dilakukan pada hasil skala. Hasil skala tersebut sudah diisi oleh responden sebelumnya. Tahap kedua, penulis menghitung tabulasi dari data yang sudah ada dan penulis membuat tabulasi dari data yang sudah ada. Tahap ketiga, penulis menganalisis data. Analisis dilakukan dengan statistik. Tahap keempat, penulis membuat sebuah kesimpulan dan penulis membuat laporan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi.

a. Kuesioner

Kuesioner bisa disebut dengan angket. Menurut Sugiono, Kuesioner (Angket) merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden. Pertanyaan-pertanyaannya adalah pertanyaan tertutup.⁷⁴ Responden dalam penelitian ini adalah jamaah Umrah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik pada pemberangkatan November tahun 2019.

Koesioner yang telah digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Skala Likert. Menurut Riduwan, Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, presepsi, dan sikap seseorang pada gejala sosial.⁷⁵ Jawaban kuesioner dalam

⁷⁴ Sugiono "Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2011) hal 143

⁷⁵ Riduwan, *Pengantar Statistik Sosial*. (Bandung: Alfabeta, 2016) hal 26

penelitian ini memiliki tingkatan. Setiap jawaban atas pertanyaan memiliki skor, antara lain:

1. Sangat setuju (SS) : mendapat skor 5
2. Setuju (S) : mendapat skor 4
3. Kurang Setuju (R) : mendapat skor 3
4. Tidak Setuju (KS) : mendapat skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (TS) : mendapat skor 1

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang telah dilakukan peneliti dengan cara menghimpun data-data dari sumber bacaan. Sumber bacaan tersebut berupa buku dan jurnal-jurnal yang relevan dengan topic penelitian. hal tersebut digunakan peneliti untuk mengambil data dari semua sumber bacaan untuk mengambil teori dari para ahli sebagai rujukan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Menurut Natalina, dokumentasi diartikan sebagai proses pembuktian berdasarkan dengan jenis sumber apapun. Jenis sumber tersebut terdiri dari gambar, lisan, tulisan, dan arkeologis.⁷⁶ Dokumen yang telah digunakan dalam penelitian ini berupa profil dan sejarah dari PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik.

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Muslich, teknik validitas instrumen penelitian digunakan sebagai alat ukur penelitian. hal tersebut bertujuan untuk mengumpulkan data, sehingga kegiatan tersebut sistematis dan dipermudah

⁷⁶ Natalina Nilamsari. Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kuantitatif. Jurnal Wacana. (Vol 8 No 2 Tahun 2014) hal 177-181

karenanya.⁷⁷ Teknik validitas instrument penelitian dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat keepatan antara data yang dilaporkan peneliti.⁷⁸ Validitas digunakan untuk mengukur data kuesioner dengan tujuan mengetahui tingkat *valid* (kebenaran) atau tidaknya suatu kuesioner. Instrument penelitian dikatakan valid apabila alat yang digunakan dalam memperoleh data itu valid.

Menurut Sugiyono, jika instrument memiliki koefisien *corrected item total correlation* positif dan besarnya 0,3 keatas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dari hal tersebut, instrument dapat dikatakan valid.⁷⁹ Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan uji dua sisi. Uji tersebut menggunakan taraf signifikan 0,05, sehingga kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05), maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,05), maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Berikut nilai r product moment:⁸⁰

⁷⁷ Muslich Ansori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2009), hal 73.

⁷⁸ Tim Penyusun. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah*. (Surabaya: Jurusan Manajemen Dakwah, 2015) Hal 36

⁷⁹ Sugiyono. *Metod Penelitian Kuantitatif dan R&D*. (Yogyakarta: Gava Media, 2014) hal 121

⁸⁰ *Ibid*, hal 333

Tabel 3.1 Nilai r Product Moment

No	N	Taraf Signifikan 5%
1	40	0,312
2	41	0,308
3	42	0,304
4	43	0,301
5	44	0,297

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa r tabel pada taraf signifikan 0,05 dengan responden sebanyak 40 memperoleh r tabel sebesar 0,312.

Berikut ini hasil perhitungan uji validasi menggunakan aplikasi SPSS versi 16:

Tabel 3.2 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan			
Item Pertanyaan	Total Person	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.776	>0,312	Valid
X1.2	0.766	>0,312	Valid
X1.3	0.690	>0,312	Valid
X1.4	0.833	>0,312	Valid
X1.5	0.785	>0,312	Valid
X1.6	0.759	>0,312	Valid
X1.7	0.852	>0,312	Valid
X1.8	0.836	>0,312	Valid
X1.9	0.862	>0,312	Valid

X1.10	0.829	>0,312	Valid
X1.11	0.745	>0,312	Valid
X1.12	0.716	>0,312	Valid
X1.13	0.706	>0,312	Valid

Dari hasil analisis data variabel kualitas pelayanan di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) adalah valid. Pertanyaan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini berjumlah 13 butir pertanyaan. Seluruh item di atas menunjukkan bahwa *total pearson correlation* diatas 0,312. Hal tersebut menunjukkan semua pertanyaan berkorelasi signifikan atau dinyatakan valid.

Tabel 3.3 Hasil Validitas Variabel Harga

Hasil Uji Validitas Variabel Harga			
Item Pertanyaan	Total Person	R Tabel	Keterangan
X2.1	0.651	0,312	Valid
X2.2	0.626	0,312	Valid
X2.3	0.443	0,312	Valid
X2.4	0.55	0,312	Valid
X2.5	0.645	0,312	Valid

X2.6	0.430	0,312	Valid
X2.7	0.515	0,312	Valid
X2.8	0.551	0,312	Valid
X2.9	0.553	0,312	Valid

Dari hasil analisis data variabel harga di atas, menunjukkan bahwa variabel harga (X2) adalah valid. Pertanyaan variabel harga dalam penelitian ini berjumlah 9 butir pertanyaan. Seluruh item di atas menunjukkan bahwa total pearson correlation diatas 0,312. Hal tersebut menunjukkan semua pertanyaan berkorelasi signifikan atau dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Hasil Validitas Variabel Kepuasan

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan			
Item Pertanyaan	Total Person	R Tabel	Keterangan
Y1	0.874	0,312	Valid
Y2	0.802	0,312	Valid
Y3	0.889	0,312	Valid
Y4	0.839	0,312	Valid
Y5	0.862	0,312	Valid
Y6	0.831	0,312	Valid

Y7	0.861	0,312	Valid
----	-------	-------	-------

Dari hasil analisis data variabel kepuasan di atas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan (Y) adalah valid. Pertanyaan variabel kepuasan dalam penelitian ini berjumlah 7 butir pertanyaan. Seluruh item di atas menunjukkan bahwa *total pearson correlation* diatas 0,312. Hal tersebut menunjukkan semua pertanyaan berkorelasi signifikan atau dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, uji reliabilitas merupakan uji keandalan dalam mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya.⁸¹ Menurut Anshori dan Iswati, reliabilitas adalah instrument yang digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data. Instrument yang reliable merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur objek dalam beberapa kali, sehingga ia akan menghasilkan data yang sama atau konsisten.⁸² Oleh karena itu, pengukuran yang tidak memiliki reliabilitas tidak dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan taraf signifikan 0,05. Menurut Priyanto, instrument dapat dikatakan reliable jika nilai alpha lebih besar dari nilai r kritis product moment. Namun, hal tersebut dapat menggunakan

⁸¹ Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif dan R&D. (Jakarta: Al-fabeta, 2012) hal 134

⁸² Muslich Anshori, Sri Iswati. Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Unair, 2009) hal 75

batasan tertentu, seperti 0,6.⁸³ Berikut ketentuan uji reliabilitas:

- a. Jika koefisien Alpha > 0,6 maka butir pertanyaan dinyatakan reliable
- b. Jika koefisien Alpha < 0,6 maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliable

Berikut hasil pengujian reliabilitas pada variabel Kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan:

- a. Hasil uji Reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan

Dalam variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki 13 pertanyaan yang sudah diujikan reliabilitasnya oleh peneliti. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Pada Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	13

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *Cronch's Alpha* sebesar 0,946. Sedangkan, nilai r kritis (uji 2 sisi pada signifikansi 0,05) dengan jumlah data N adalah 40, maka hasil yang didapat adalah 0,312. Karena nilainya *Cronch's Alpha* lebih dari 0,312, sehingga pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X1) dapat

⁸³ Dwi Priyanto. Mandiri SPSS. (Jakarta: Buku Kita, 2008) hal 26

dinyatakan reliable dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

b. Hasil uji Reliabilitas pada variabel harga

Dalam variabel harga (X2) memiliki 9 pertanyaan yang sudah diujikan reliabilitasnya oleh peneliti. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel harga:

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	9

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, variabel harga memiliki nilai *Cronch's Alpha* sebesar 0,642. Sedangkan, nilai r kritis (uji 2 sisi pada signifikansi 0,05) dengan jumlah data N adalah 40, maka hasil yang didapat adalah 0,312. Karena nilainya *Cronch's Alpha* lebih dari 0,312, sehingga pertanyaan pada variabel harga (X2) dapat dinyatakan reliable dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

c. Hasil uji Reliabilitas pada variabel kepuasan

Dalam variabel kepuasan (Y) memiliki 7 pertanyaan yang sudah diujikan reliabilitasnya oleh peneliti. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel kepuasan:

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	7

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, variabel kepuasan memiliki nilai *Cronch's Alpha* sebesar 0,934. Sedangkan, nilai r kritis (uji 2 sisi pada signifikansi 0,05) dengan jumlah data N adalah 40, maka hasil yang didapat adalah 0,312. Karena nilainya *Cronch's Alpha* lebih dari 0,312, sehingga pertanyaan pada variabel kepuasan (Y) dapat dinyatakan reliabel dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

H. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul. Kegiatan dalam analisis data dengan mengelompokkan data dan pengkodean data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variable dan responden, menyajikan data setiap variabel yang sudah diteliti, kegiatan tersebut memudahkan untuk dibaca dan diinterpretasikan hasilnya.⁸⁴

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik inferensial. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara

⁸⁴ Achmad Sani Supriyanto Dan Vivin Maharani, *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang : Uin-Maliki Press, 2013), hal. 61

random.⁸⁵ Untuk ke validan data dapat diuji dengan hasil pengisian angket atau kuesioner yang disebar, kemudian diuji analisis data sesuai statistic yang digunakan. Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Normalitas

Menurut Ridwan dan Sunarto, uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.⁸⁶

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Karena model regresi yang baik sebaiknya terbebas dari korelasi antar

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 148.

⁸⁶ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal 108

variabel independen.⁸⁷ Untuk mengukur ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dengan melakukan analisis nilai Tolerance dan Variance Influence Factor (VIF), berikut penjelasannya: 1. Jika nilai VIF > 10 dan tolerance < 0,01, maka pada persamaan regresi terjadi multikolinieritas 2. Jika nilai VIF > 10 dan tolerance > 0,01, maka pada persamaan regresi tidak terjadi multikolinieritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode analisis grafik.

Analisis grafik dilakukan dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized*, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika.⁸⁸

⁸⁷ Angrita Denziana, dkk, *Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5 No. 2 September 2014, hal 18-39

⁸⁸ Dwi Priyanto. *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2008). Cetakan ke3, hlm. 42

- a. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
 - b. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
 - c. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Jamaluddin, uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan secara linier antar dua atau lebih dari variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji regresi linier berganda juga dapat memprediksi nilai variabel dependen yang berdasarkan variabel independen. Berikut ini, langkah-langkah melakukan uji regresi linier berganda:⁸⁹

- a. Merumuskan Hipotesis (H1 dan H0)
- b. Menyusun tabel penolong
- c. Menghitung a dan b₁ dan b₂ dengan rumus sebagai berikut:

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

- d. Membuat persamaan regresi
 $\hat{Y} : a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$
 \hat{Y} : (baca: Y topi), variabel yang akan diprediksi
a : Konstanta, harga y bila X₁, X₂ = 0, bisa bernilai + atau -

⁸⁹ Jamaluddin Haslinda. Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standart Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban. (Vol 2 No 1 Tahun 2016) hal 1-21

b_1 : Koefisien variabel X_1 , bisa bernilai +
atau -

b_2 : Koefisien variabel X_2 , bisa bernilai +
atau -

e. Menghitung nilai korelasi ganda ($R_{(x_1,x_2)y}$)

$$(R_{(x_1,x_2)y}) = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

f. Menghitung Determinan Korelasi Ganda

$$KD = R^2 \times 100\%$$

g. Menguji signifikansi Korelasi Ganda

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m(1-R^2)}$$

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik adalah usaha yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel cabang Gresik beralamatkan di Jl. Raya Balong Panggang No.34, Kecamatan Balong Panggang, Kabupaten Gresik, Telp 0317924368 / 085733339488. PT. Pradana Grasindo Tour Ans Travel Cabang Gresik ini merupakan anak cabang dari PT. Pradana Grasindo Tour And Travel. PT. Pradana Grasindo Tour And Tarvel Cabang Gresik berdiri sejak tahun 2018. Pendiri PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik adalah Bapak Warjana Susilo. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik sudah terdaftar resmi sebagai anak cabang sesuai dengan Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Privinsi Jawa Timur Nomor 4531 Tahun 2018.

PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik memiliki tujuan memberikan layanan maksimal bagi setiap jamaah dalam melakukan perjalanan wisata halal serta layanan terbaik dalam menunaikan ibadah Umrah ke tanah suci. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik senantiasa berusaha berkomitmen dalam memberikan akomodasi terbaik bagi setiap jamaah dan memperbaiki setiap layanan. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel sebagai kantor pusat dari anak cabang, PT. Pradana Grasindo Tour And Travel didukung oleh sumber daya manusia berpengalaman dan handal dalam melayani jamaah di

setiap kantor cabangnya. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel berusaha memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata atau ibadah. Kebutuhan pelanggan yang meliputi, tiket pesawat, reservasi hotel, paket tour internasional, pengurusan visa, dan transportasi selama melakukan ibadah atau perjalanan.

2. Visi dan Misi PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Visi :

Menjadi perusahaan terpercaya dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan haji maupun wisata halal

Misi :

- a. Menjadi wahana bagi umat dalam pelayanan perjalanan ibadah umrah dan haji serta wisata halal
- b. Menyebarkan syiar ibadah umrah dan haji sesuai tuntunan sunnah rasulullah Muhammad SAW
- c. Mengedukasi masyarakat untuk memiliki keyakinan bahwa Allah SWT akan memampukan umat yang bersungguh-sungguh akan panggilannya
- d. Menyediakan program paket perjalanan ibadah umrah dan haji yang mudah, murah, aman, professional dan terpercaya
- e. Memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat dalam penyelenggaraan ibadah umrah, haji dan wisata halal

3. Struktur Travel

Pimpinan : Warjana Susila

Kepala Administrasi

dan Keuangan : Luluk Susanti

Pembina Jama'ah

: Zaenal Abidin
M. Arief Syaifudin
Syaiful Islam

Perlengkapan

: Iswanto
Hartini

4. Keuangan

Laporan keuangan atau manajemen keuangan di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik merupakan bentuk tertutup. Manajemen keuangan di Tour And Travel berbeda dengan lembaga amil zakat. Manajemen Keuangan di bidang bisnis atau usaha dilakukan secara tertutup. Dalam hal ini maksudnya keluar masuk uang perusahaan menjadi dokumen penting perusahaan dan tidak untuk dipublikasikan. Secara garis besar, keuangan di PT. Pradana Grasindo Tpur And Travel cabang Gresik digunakan untuk memenuhi fasilitas dan kebutuhan jamaah. Sisanya digunakan untuk keperluan dan keuntungan perusahaan.

5. Aset PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Aset terdiri dari dua bentuk. Dua bentuk tersebut terdiri dari aset bergerak dan aset tidak bergerak. Aset yang dimiliki PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik adalah Aset yang tidak bergerak. Aset tidak bergerak yang dimiliki oleh PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik terdiri dari Bangunan Kantor.

6. Program

Dalam programnya, PT. Pradana Tour And Travel Cabang Gresik memiliki tiga program paket Umrah. Tiga program paket tersebut terdiri dari paket silver, paket gold dan paket platinum. Paket silver adalah paket umrah 10 hari dengan fasilitas hotel bintang empat. Harga yang dibandrol adalah Rp. 24.500.000,00. Paket gold adalah paket umrah 10 hari dengan fasilitas bintang empat dan lima. Harga yang dibandrol adalah Rp. 27.500.000,00. Paket platinum

adalah paket umrah 10 hari dengan fasilitas hotel bintang lima. Harga yang dibandrol adalah Rp. 29.000.000,00. Selain program paket umrah, PT. Pradana Grasindo Tour And Travel juga memiliki program manasikh bagi calon jamaah umrah.

7. Segmentasi

Segmentasi merupakan pembagian pangsa pasar. Pembagian pangsa pasar oleh PT. Pradana Grasindo Tour And Travel cabang Gresik dilakukan oleh kepala cabang tersebut. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik berorientasi pada wilayah dan demografi. PT. Pradana Tour And Travel cabang Gresik yang berada di wilayah Gresik lebih berorientasi pemasarannya pada wilayah Gresik dan kota-kota terdekat seperti Surabaya, Sidoarjo dan sekitarnya. Segmentasi demografi yang dilakukan PT. Pradana Grasindo Tour And Travel menentukan paket dengan tiga pilihan. Ketiga paket tersebut berbeda harganya. Jamaah bisa memilih paket sesuai harga yang sesuai.

B. Penyajian Data

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Dwi, Uji normalitas digunakan untuk mengetahui populasi data berdistribusi normal atau tidak.⁹⁰ Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji analisis *Kolmogorovsmirnov*. Berikut hasil uji normalitas data:

Tabel 4.1 One Sample Kolmogorov

⁹⁰ Dwi Priyanto. Mandiri Belajar SPSS. (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008) hal 28

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.000
	Std. Deviation	2.3081
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.066
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.535
Asymp. Sig. (2-tailed)		.937
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data diperoleh dari SPSS 16

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas dengan menggunakan one sample Kolmogorov menunjukkan bahwa signifikansi keseluruhan variabel lebih besar dari 0,05 ($0,937 > 0,05$). Hal tersebut sesuai dengan kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi tidak normal.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel independen. Karena model regresi yang baik sebaiknya terbebas dari korelasi antar variabel independen.⁹¹ Dalam penelitian ini, untuk mengukur ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dengan melakukan analisis nilai Tolerance dan Variance Influence Factor (VIF), berikut penjelasannya: 1. Jika nilai VIF > 10 dan tolerance < 0,01, maka pada persamaan regresi terjadi multikolinieritas 2. Jika nilai VIF > 10 dan tolerance > 0,01, maka pada persamaan regresi tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.2 Coefficients

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas pelayanan	.897	1.115
	Harga	.897	1.115

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data diperoleh dari SPSS 16

Berdasarkan tabel di atas, hasil data uji multikolinieritas dengan analisis nilai di atas Tolerance dan Variance Influence Faktor (VIF) kedua variabel Kualitas pelayanan sebesar 0,897 dan harga 0,897 lebih besar dari 0,1 dan kedua variabel antara kualitas pelayanan sebesar 1,115 dan harga sebesar 1,115 lebih kecil dari 10. Dari hal tersebut menunjukkan

⁹¹ Angrita Denziana, dkk, *Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5 No. 2 September 2014, hal 18-39

bahwa, antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

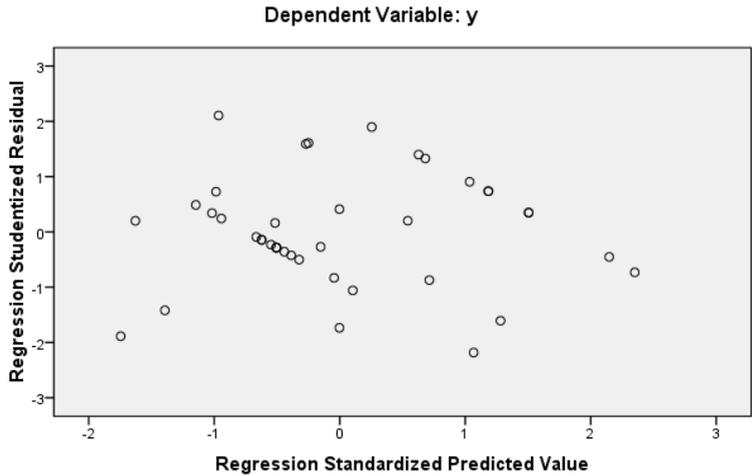
Menurut Dwi, Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis grafis. Analisis grafik dilakukan dengan mengamati *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized*, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:⁹²

- d. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- e. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- f. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Gambar 4.1 Scatterplot

⁹²Dwi Priyanto. *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2008). Cetakan ke3, hlm. 42

Scatterplot



Sumber : Data diperoleh dari SPSS 16

Berdasarkan tampilan pada Scatterplot terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Regression Standardized residual. Oleh karena itu, berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk menguji hubungan secara linier antar dua atau lebih dari variabel independen dengan satu variabel dependen. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui nilai hubungan antara variabel yang menjadi penelitian. Adapun hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3 Correlation
Correlations

		kepuasan	Kualitas pelayanan	Harga
Pearson Correlation	kepuasan	1.000	.628	.620
	Kualitas pelayanan	.628	1.000	.321
	Harga	.620	.321	1.000
Sig. (1-tailed)	kepuasan	.	.000	.000
	Kualitas pelayanan	.000	.	.022
	Harga	.000	.022	.
N	kepuasan	40	40	40
	Kualitas pelayanan	40	40	40
	Harga	40	40	40

Sumber : Data diperoleh dari SPSS 16

Tabel 4.3 *Correlation*, memuat korelasi atau hubungan antara variabel X1, X2 dan Y. Tabel di atas menunjukkan, *p value* (sig.) variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Demikian untuk *p value* (sig.) variabel harga sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik.

Tabel 4.4 Kekuatan Hubungan

Nilai	Makna
0.00- 0.19	Sangat Rendah Atau Sangat Lemah
0.20 – 0.39	Rendah Atau Lemah
0.40 – 0.59	Sedang
0.60 – 0.79	Tinggi Atau Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Tinggi Atau Sangat Kuat

Dari Tabel 4.3 *Correlation* menunjukkan nilai korelasi kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.628. Dari Tabel 4.4 Kekuatan Hubungan, menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat. Demikian juga untuk nilai korelasi harga (X2) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.620. Dari Tabel 4.4 Kekuatan hubungan, menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat.

C. Pengujian Hipotesis

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Hasil pengujian regresi pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Tabel 4.3 *Correlation* pada kolom sig (*p value*) untuk kualitas pelayanan dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut:

- a. Nilai $p \text{ value} > 0.05$, maka H_0 diterima (koefisien regresi tidak signifikan)
- b. Nilai $p \text{ value} < 0.05$, maka H_0 ditolak (koefisien regresi signifikan)

Hipotesisnya sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa *p value* (sig.) variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan jama'ah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Hasil pengujian regresi pada variabel harga terhadap kepuasan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Tabel 4.3 *Correlation* pada kolom sig (*p value*) untuk kualitas pelayanan dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut:

c. Nilai *p value* > 0.05 , maka Ho diterima (koefisien regresi tidak signifikan)

d. Nilai *p value* < 0.05 , maka Ho ditolak (koefisien regresi signifikan)

Hipotesisnya sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Ho : Tidak Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa nilai *p value* (sig.) variabel harga sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel

ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat diterangkan bahwa masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan (Y) jama'ah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa nilai *p value* (sig.) variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil yang dilakukan oleh Putu Reina⁹³. Putu Reina menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

Hasil nilai signifikan di atas didukung dengan teori yang menunjang hasil analisis variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi variabel kepuasan. Menurut parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas pelayanan memiliki lima indikator. Indikator tersebut terdiri dari bukti fisik, keandalan,

⁹³ Putu Reina Algista Tarigan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour And Travel). *Skripsi* (Semarang: Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Negeri Semarang, 2018)

ketanggapan, jaminan dan empati.⁹⁴ Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dipengaruhi dua faktor. Dua faktor tersebut terdiri dari *Expected Service* dan *Perceived Service*. *Expected Service* adalah jasa yang diharapkan konsumen. *Perceived Service* adalah jasa yang diterima konsumen.⁹⁵ Dua faktor tersebut akan mempengaruhi pola pikir konsumen. Konsumen akan membandingkan antara *Expected Service* dengan *Perceived Service* dari kelima indikator kualitas pelayanan. Jika *Expected Service* melebihi dari *Perceived Service* maka akan terjadi kepuasan yang tinggi.

Salah satu faktor kepuasan adalah kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh lima faktor. Lima faktor tersebut salah satunya adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa puas, bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan hal tersebut harus sesuai dengan harapan konsumen.⁹⁶

2. Pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan (Y) jama'ah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa nilai *p value* (sig.) variabel harga sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Hasil penelitian ini didukung

⁹⁴ Fandy Tjiptono. Prinsip-Prinsip Total Quality Service. (Yogyakarta: Andi Offset, 2002) hal 70

⁹⁵ Fandy Tjiptono. Manajemen Jasa. (Yogyakarta: Andi, 2004) hal 60

⁹⁶ Lupiyoadi dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi dua. (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 192

oleh hasil yang dilakukan oleh Arie⁹⁷. Arie menjelaskan bahwa, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

Hasil nilai signifikan di atas didukung dengan teori yang menunjang hasil analisis variabel harga yang mempengaruhi variabel kepuasan. Menurut Kotler dan Keller, harga memiliki empat indikator. Indikator tersebut terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.⁹⁸ Menurut Tjiptono, harga adalah sejumlah uang atau aspek lainnya yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.⁹⁹ Hal tersebut menunjukkan, bahwa barang atau jasa yang memiliki utilitas sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Hal tersebut dikarenakan, kebutuhan konsumen dapat dipenuhi sesuai keinginannya.

Salah satu faktor kepuasan adalah harga. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh lima faktor. Lima faktor tersebut salah satunya adalah harga. Jika produk mempunyai kualitas yang sama dan harganya terbilang murah,

⁹⁷ Arie Prasetyo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI Cabang Semarang". *Management Analysis Journal*. (No 1 Vol 4 Tahun 2012) Hal 1 - 8

⁹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009) hal

⁹⁹ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006) hal 178

maka hal tersebut memberikan nilai yang lebih pada konsumen.¹⁰⁰

3. Nilai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Berdasarkan pada Tabel 4.3 *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (Y). Nilai korelasi kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.628 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan (X1) tersebut memiliki nilai hubung yang kuat dan signifikan (*p value*<0.05) terhadap kepuasan (Y). Pernyataan tersebut diperkuat pada Tabel 4.4 kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0.60 sampai 0.70 menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0.628 yang berarti kuat.

Hal tersebut didukung oleh teori. Menurut Menurut Kurz dan Clow yang dikutip oleh Yusnani dan Endang, jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan

¹⁰⁰ Lupiyoadi dan Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi dua. (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal 192

merasa puas.¹⁰¹ Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan pada biro perjalanan ibadah umrah harus terus ditingkatkan agar tercapai harapan dari jamaah. Hal ini dikarenakan, semakin tinggi nilai kualitas pelayanan yang melebihi harapan jamaah maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan jamaah.

4. Nilai hubungan harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel

Berdasarkan pada Tabel 4.3 *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara harga (X2) dan kepuasan (Y). Nilai korelasi harga (X2) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.620 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000. Dengan demikian, variabel harga (X2) tersebut memiliki nilai hubungan yang kuat dan signifikan (*p value*<0.05) terhadap kepuasan (Y). Pernyataan tersebut diperkuat pada Tabel 4.4 kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0.60 sampai 0.70 menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel harga terhadap kepuasan sebesar 0.620 yang berarti kuat.

Hal tersebut didukung oleh teori. Menurut Irawan yang dikutip oleh Yusnani dan Ending, faktor harga merupakan faktor yang dianggap sensitif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan. Dengan adanya harga yang relative murah akan memberikan nilai kepuasan

¹⁰¹ Yusnani dan ending sutrisna. Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa umroh pada pt.silver silk tour and travel pekanbaru. Jurnal JOM FISIP (vol 05 Tahun 2018) hal 1-17

yang lebih tinggi kepada pelanggan.¹⁰² Dalam penelitian ini, harga merupakan hal yang krusial dalam penentuan paket umrah. Jika ada dua produk paket umrah dengan kualitas yang sama dan harga salah satunya lebih murah, maka harga yang lebih murah akan memberikan nilai kepuasan lebih pada jamaah.

E. Temuan Hasil Penelitian

Peneliti menemukan beberapa temuan setelah melakukan analisis data. Penemuan yang pertama adalah indikator yang memiliki jawaban tertinggi dalam pengaruhnya terhadap kepuasan. Indikator tersebut adalah tanggap dalam menghadapi masalah yang masuk kedalam variabel kualitas pelayanan. Indikator tersebut memiliki penilaian yang memilih setuju sebanyak 25 responden dan 15 responden menjawab sangat setuju. Tanggap dalam menghadapi masalah tersebut terjadi karena pelayanan dilakukan oleh pemilik sekaligus penanggungjawab Travel. Sehingga, ketika ada masalah pemilik atau penanggung jawab langsung mengetahui dan menyelesaikannya. Sikap pemilik Travel juga ramah, santai, *care*, dan cepat dalam menghadapi jamaah dan menyelesaikan masalah jamaah.

Penemuan yang kedua adalah indikator yang memiliki jawaban terendah dalam pengaruhnya terhadap kepuasan. Indikator tersebut adalah dari indikator harga sesuai dengan manfaat yang diberikan. Indikator tersebut masuk kedalam variabel harga. Indikator tersebut memiliki penilaian yang memilih

¹⁰² Yusnani dan ending sutrisna. Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa umroh pada pt.silver silk tour and travel pekanbaru. Jurnal JOM FISIP (vol 05 Tahun 2018) hal 1-17

tidak setuju sebanyak 12 responden, kurang setuju sebanyak 11 responden, ragu-ragu sebanyak 4 responden, setuju sebanyak 11 responden dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 responden. Hal ini menunjukkan, variabel harga masih kurang sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik. Hal ini dikarenakan manfaat yang diberikan tidak sesuai dengan manfaat yang diterima jamaah dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam hal tersebut, PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik memiliki harga yang terlalu tinggi daripada manfaat yang diterima.

Dari hasil penelitian ini ditemukan pula bahwa, dalam menjalankan usaha travel bisa dilakukan perorangan. Hal tersebut bisa dilakukan bila travel dapat menjaga dan menjamin kualitas pelayanan yang baik. Travel yang dijalankan perorangan atau satu orang tidak membutuhkan birokrasi yang panjang. Hal tersebut ditunjukkan dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan travel atau jamaah. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan tanggap. Sehingga dengan kualitas pelayanan dan kecepatan serta ketanggapan travel perorangan tersebut dapat meningkatkan kepuasan jamaah.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Berdasarkan Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa nilai *p value* (sig.) variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Berdasarkan Tabel 4.3 *Correlation* menjelaskan bahwa nilai *p value* (sig.) variabel harga sebesar $0.000 < 0.05$, maka variabel ini memiliki nilai signifikan. dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa **Ho ditolak** dan **Ha diterima**, sehingga ada pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

3. Nilai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Berdasarkan pada Tabel 4.3 *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (Y). Nilai korelasi kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.628 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan (X1) tersebut memiliki nilai hubungan yang kuat dan signifikan (*p value*<0.05) terhadap kepuasan (Y). Pernyataan tersebut diperkuat pada Tabel 4.4 kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0.60 sampai 0.70 menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0.628 yang berarti kuat.

4. Nilai hubungan harga terhadap kepuasan jamaah di PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik

Berdasarkan pada Tabel 4.3 *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara harga (X2) dan kepuasan (Y). Nilai korelasi harga (X2) dengan kepuasan (Y) sebesar 0.620 dengan nilai *p value* (signifikan) sebesar 0.000. Dengan demikian, variabel harga (X2) tersebut memiliki nilai hubungan yang kuat dan signifikan (*p value*<0.05) terhadap kepuasan (Y). Pernyataan tersebut diperkuat pada Tabel 4.4 kekuatan hubungan. Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai 0.60 sampai 0.70 menandakan bahwa kekuatan hubungan tinggi atau kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti antara variabel harga terhadap kepuasan sebesar 0.620 yang berarti kuat.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran dan rekomendasi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik yang bergerak di bidang jasa pemberangkatan ibadah umrah. Dalam bidang jasa, Travel PT. Pradana Grasindo Tour And Travel Cabang Gresik harus kembali meningkatkan kualitas pelayanan kepada para jamaah. Hal ini dimaksudkan agar dapat lebih meningkatkan jumlah jamaah di Travel tersebut. Sehingga, dengan harga paket yang ditentukan bisa lebih sebanding lagi dengan apa yang diharapkan oleh jamaah.
2. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan metode penelitian kualitatif sebagai penelitian lanjutan dan dapat membahas tentang operasi dan produksi

C. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian dalam penelitian ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Pada proses penelitian ini terbatas pada jamaah di satu kloter pemberangkatan karena keterbatasan waktu penelitian. Peneliti juga sempat kesulitan saat membagikan kuesioner kepada responden dengan usia lanjut, sehingga peneliti harus mendikte semua instrument kepada responden usia lanjut.

Daftar Pustaka

- Andriferiyanto dan Triana, Endang Shyta. 2015. *Pengantar Manajemen 3 in 1*. Kebumen: Mediaterra
- Ansori, Muslich Dan Sri Iswati, 2009. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya : Airlangga University Press
- Angrita Denziana, dkk. 2014. *Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5 No. 2
- Aryani, Yustina. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *Skripsi*. (Yogyakarta: Manajemen, Universitas Sanata Dharma)
- Buchori, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran Dan Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Departemen Agama RI. 2008. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: PT Toha Putra
- Haslinda, Jamaluddin. 2016. Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standart Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*. Vol 2 No 1
- Fatriansah. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien. *Skripsi*. (Jakarta : Manajemen, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Faizah. Nadia Rizqiyatul, Sri Suryoko, dan Saryadi. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-MAMAMIA Steak And Ice Cream

- Cabang Jati Semarang. *Jurnal Of Social And Politic*. (Vol 10)
- Fiazisyah, Annisa Dan Niken Purwidiani. 2018 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya”. *E-Jurnal Boga* Vol 7 No 2
- Firdiyansyah, Indra. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik Rekaman*. Vol 01 No 01
- Gerardo, Johanes. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol 2 No 3
- Gofur, Abdul. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* . Vol 4 No 1
- Hadiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik, Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Edisi Millennium*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip Dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip Dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik Edisi Pertama*. Jakarta Penerbit Salemba Empat
- Lopiyoadi Dan Hamdani. 2006 *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat
- Maulana, Ade Syarif. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”. *Jurnal Ekonomi*. Vol 7 No 2
- Maramis. Freekly Steyfli, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. AIR MANADO. *JURNAL EMBA*. (Vol 6 No 3)
- Martono, Nanang. 2010. *Statistik Sosial Teori Dan Aplikasi Program SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media
- Nilamsari, Natalina. 2014. Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Wacana*. Vol 8 No 2
- Nurhalimah, Siti, Leonardo Budi Hasiholan, Cicik Harini. 2018 “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran)”. *Journal Of Management*. Vol 4 No 4
- Prasetio, Arie. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI Cabang Semarang”. *Management Analysis Journal*. No 1 Vol 4
- Pratama, Brian Nur. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

- Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Special Sambal Cabang Bintaro). *Skripsi*. Jakarta: Manajemen, UIN Syarif Hidayatullah
- Primadiawan, Ignatius Angga Prasetya. 2018 . “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka Yogyakarta”. *Skripsi* . Yogyakarta: Manajemen, Universitas Sanata Dharma
- Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Media Kom
- Puri, Melya. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung”. *Skripsi* . Bandar Lampung: Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung
- Ridwan dan Sunarto, 2012. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta
- Riduwan. 2016. *Pengantar Statistik Sosial*. Bandung: Alfabeta
- Sari, Intan. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Palembang. *Skripsi*. (Palembang: Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)
- Situmeang, Lina Sari. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan “. *Skripsi*. Medan: Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiono. 2015 . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta

- Supriyanto, Achmad Sani Dan Vivin Maharani, 2013. *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*, Malang : Uin-Maliki Press
- Tim Penyusun. 2015. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Dakwah*. (Surabaya: Jurusan Manajemen Dakwah)
- Swastha, Basu Dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tangguh W, Ghalih Galang, Edriana Pangestuti, dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2018 “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 61 No 2
- Tarigan, Putu Reina Algista. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour And Travel). *Skripsi* .Semarang: Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Negeri Semarang
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prespektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta, CV ANDI OFFSET
- Usman. 2003. *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Amara Books
- Wahyuni, Hana Catur, dkk. 2015. *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Wahyuni, Dita Dwi. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Bakso Sakinah Khas Malang Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Skripsi*. (Kediri: Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri)
- Wibowo, Ari Susanti. 2013. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto”. *Skripsi*. Medan: Jurusan Manajemen, Universitas Sumatera Utara
- Yusnani Dan Ending Sutrisna. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt.Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru”. *Jurnal JOM FISIP*. Vol 05