



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN YANG MENJADI JAMAAH UMROH DI
RAYAN AL SAFWA UMROH DAN HAJI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Guna
memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

Habibatul Rahmah

NIM. B04215007

Program Studi Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
2021

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Habibatul Raahmah

NIM : B04215007

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Pengaruh Lokasi, Promosi, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen yang menjadi Jamaah Umroh di Rayan Al Safwah Umroh dan Haji Surabaya** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benardan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 01 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Habibatul Rahmah
NIM.B04215007

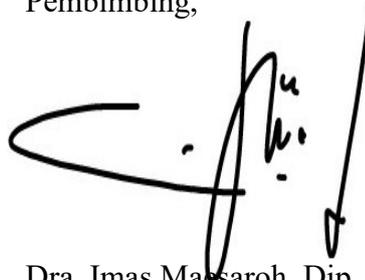
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Habibatul Rahmah
NIM : B04215007
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Promosi, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen yang Menjadi Jamaah Umroh di Rayan Al Safwah Umroh dan Haji Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 01 Februari 2021

Menyetujui
Pembimbing,



Dra. Imas Maasaroh, Dip., I. M., Lib., Ph. D
NIP. 196605141992032001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN YANG MENJADI JAMAAH UMROH DI RAYAN AL SAFWA UMROH
DAN HAJI SURABAYA

Disusun Oleh:

Habibatul Rahmah
B04215007

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu.

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Surabaya, 08 Februari 2021

Tim Penguji:

Penguji I

Dra. Imas Maesatch, Dip., I, M., Lib., Ph.D
NIP.196605141992032001

Penguji II

Mufti Labib, Lc., MCI
NIP. 196401021999031001

Penguji III

Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP.197512302003121001

Penguji IV

Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 1979121422011011005

Dekan,



Dr. H. Abd. Halim, M.Ag
NIP. 19630725199103003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@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 : Habibatul Rahmah
NIM : B04215007
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
E-mail address : habibarahmah@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen yang menjadi Jamaah Umroh di Rayan Al Safwah Umroh dan Haji Surabaya

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, 01 Februari 2021

Penulis

Habibatul Rahmah
NIM. B04215007

Berikut indikator yang dapat diperoleh dari citra perusahaan adalah:

- 1) Reputasi perusahaan sebagai bentuk perbaikan perusahaan
- 2) Kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah diberikan oleh perusahaan
- 3) Aspek pendukung produk yang meliputi kegiatan yang dilakukan perusahaan

b. Citra pemakai (*user image*)^{58 59 60}

Persepsi konsumen yang dijadikan satu kesatuan maka terbentuklah citra pemakai. Dapat menjadi acuan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, citra pemakai mempunyai pengaruh yang cukup besar atas keberlangsungan transaksi atas konsumen. Rekomendasi pilihan produk untuk diinformasikan ke konsumen sesuai dengan rata-rata status sosial serta anggapan dari berbagai konsumen mengenai produk yang diberikan. Citra pelanggan dapat mempengaruhi minat dalam jula beli yang mana merupakan strategi yang menguntungkan perusahaan.⁶¹ Citra pelanggan dapat meliputi:

^{62 63 64}

a) Gaya hidup atau kepribadian

Suatu aktivitas, minat, dan pendapat individu yang mereka ekspresikan dapat diartikan sebagai gaya hidup. Gaya hidup berkaitan erat dengan bagaimana seorang individu menghabiskan waktunya yang mana sudah terkenal meluas disosial dan juga menyangkut lingkungan dan pemikiran akan diri pribadi atau pun orang lain disekitarnya.⁶⁵

b) Persepsi konsumen terhadap perusahaan

⁵⁸ Prima Conny, dkk, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 10 No. 1 Mei 2014, hal 1-15

⁵⁹ Mega Febriana, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo*, JOM FISIP Volume. 1 No. 02 Oktober 2014, hal 37-52

⁶⁰ Candra Hakim, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2 Oktober 2014, hal 1-6

⁶¹ Indri Hastuti, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Stud pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta d Yogyakarta)*, JBMA – Vol. II, No. 1, Maret 2014, hal 37-52

⁶² Ricky Sinaga, *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cocorico Cafe & Resto Bandung 2017* Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.3, No.2 Agustus 2017, hal 258-264

⁶³ Warter Agustin, *Analisa Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda*, Jurnal Modernisasi, Volume 6, Nomor 3, Oktober 2010, hal 196-204

⁶⁴ Ike, Zainul, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51 No. 1 Oktober 2017, hal 44-48

⁶⁵ Suci, dkk, *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja*, Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Manajemen (Volume 2 Tahun 2014), hal 1-12

		Jarak dari jalan raya menuju kantor Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya di JL. Sidosermo Airdas
		Pandangan Saudara terkait kenyamanan di sekitar kantor Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya di JL. Sidosermo Airdas
	<i>Traffic</i>	Tingkat kepadatan dalam berlalu lintas kearah kantor Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya di JL. Sidosermo Airdas
		Tingkat kepadatan pengunjung di kantor Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya di JL. Sidosermo Airdas
		Tingkat keamanan dan kenyamanan tempat parkir pengunjung Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya di JL. Sidosermo Airdas

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Promosi (X2)	Periklanan ataupun Advertising	Kegiatan penyampaian informasi terkait paket Umroh yang diluncurkan Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya
		Pandangan Saudara/i mengenai periklanan yang dilakukan Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya
		Kesan promosi yang dilakukan Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya
	<i>Publisitas</i>	Kegiatan Promosi dilaksanakan oleh Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya Melalui sosial media ataupun leaflet
		Menyajikan cara mempromosikan apa yang dilaksanakan Travel Rayan AL Safwa Umroh dan Haji Surabaya

1	(Constant)		
	lokasi	.826	1.211
	promosi	.853	1.172
	brandImage	.859	1.164

a. Dependent Variable: Keputusan

Hasil pengujian multikolonieritas menggunakan analisa VIF dan *tolerance* menyebutkan, yaitu nilai variable lokasi $0,826 > 0,01$ dan $1,211 < 10$. Variabel promosi yaitu sekitar $0,853 > 0,01$ dan $1,172 < 10$. Variabel *brand image* yaitu $0,859 > 0,01$ dan $1,164 < 10$, sehingga simpulannya adalah diantara variabel bebas tidak ditemukannya multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilaksanakan dalam rangka mencari tahu adanya persamaa dan perbedaan pada model regresi yang berasal dari residual pengamatan satu ke lainnya. Terbebasnya dari heteroskedastisitas mencerminkan baiknya kualitas model regresi. Pendeteksian keberadaan heteroskedastisitas dilakukan melalui membuat bentuk pola khusus untuk grafik *scatterplot*. Ketidakadaannya heteroskedastisitas apabila tidak ditemukan pola jelas dan beberapa titik yang tersebar pada area atas dan area bawah angka nol untuk sumbu Y. Pengujian dapat dilakukan menggunakan bantuan aplikasi *spss v.20* seperti:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan



- Denziana, Angrita Dkk. 2014. Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5, No. 2.
- Departemen Agama. 2009. Al-Our'an dan Terjemahannya. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Fandy, Dkk. 2016. Pemasaran. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Febriana, Mega. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo, JOM FISIP Volume. 1 No. 02.
- Hakim, Candra. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2.
- Hanura Tajudin, Makhdaleva. 2017. Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. SAWANGAN Kota Depok. Jurnal Ekonomi Islam, Vol 8 No. 1. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Haslinda. Dkk. 2016. Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo, Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, Vol. II No. 1.
- Hastuti, Indri. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Yogyakarta. JBMA – Vol. II, No. 1.
- Hastuti, Indri. 2014. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Stud pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta d Yogyakarta). JBMA – Vol. II, No. 1.
- Heryanto, Imam. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implementasinya Pada Keputusan Pelanggan. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship. Vol 9, No 2.
- Huda, Nurul. Dkk. 2017. Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi. Depok: PT. Kharisma Putra utama.
- Ian, dkk. 2013. Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 2.

- Ido, Frederick. Dkk. 2017. *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Laundry (Study Kasus Pada Konsumen Simply Fresh Laundry di Tembalang Semarang)*. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Sosial.
- Ike. Dkk. 2017. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51 No. 1.
- Intan, Mariana. Dkk. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & coffee di MX Mall Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol 37. No 1.
- Isdianto, Oki. Dkk. 2017. *Pengaruh Praktek MSDM Strategik Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kinerja Perusahaan Persewaan Alat Pesta OR (Studi Kasus Pada Perusahaan Persewaan Alat Pesta Oki Rejeki)*, Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 1. No 2.
- Juni, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung. Alfabeta.
- Kotler. Dkk. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta. Erlangga.
- Mahardika, Bagus. 2016. *Analisis Perpindahan Pelanggan Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos di Kecamatan Kembaran Perspektif Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kepuasan Pelanggan*, Thesis Ekonomi dan Bisnis. Purwokerto. Universitas Muhammadiyah.
- Martono, Nanang. 2010. *Statistik Sosial*. Yogyakarta. Gaya Media.
- Mursid, Muhammad. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Muslim-223, *Ensiklopedi Hadits Imam 9, No 155 Versi Syarh Shahih Muslim, 2006-2018*
- Nugroho, Ryan. Dkk. 2013. *Pengaruh People Physical Evidence, Product, Promotion Price dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol 1, No 2.
- Nurhayati, Siti. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*, JBMA – Vol. IV. No. 2.
- Nursimah. Dkk. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang*. Jurnal Ilmiah STIE MD, Vol. 1 No. 1.

- Philip Kotler, terjem Jaka Wasana. 1994. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Pramudyo, Anung. 2012. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*, JBMA – Vol. I, No. 1.
- Rares, Angelina. 2015. *Pengaruh Harga Promosi Lokasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Bengkel Gaepel Manado Town Square*. Jurnal EMBA, Vol 3, No 2, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Ria, Kadek. Dkk. *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 4, No 1.
- Riana, Nana. 2016. *Kualitas pelayanan tour leader di pt rezki jasty Tour & travel Pekanbaru*. JOM FISIP Vol 3 No.2.
- Richard. Dkk. 2015. *Analisis Pengaruh Product Quality , Price Dan Promotion Terhadap Purchase Intention Mobil Toyota Alphard Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 3, No 1.
- Santi. Dkk. 2016. *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam*. Jurnal Inovasi dan Bisnis. Vol 4, No 2.
- Selang, Christian. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Manado*. Jurnal EMBA, Vol 1, No 3.
- Shaliha, Mar'atu. *Pengaruh Budaya Organisasi Dan pelatihan terhadap kinerja pegawai pada pemerintah kota makassar* Skripsi, Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar.
- Sinaga, Ricky. 2017. *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada cocorico cafe & resto bandung*. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Sondakh, Conny. 2014. *Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.1.
- Suci. Dkk. 2014. *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja*, Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Manajemen Volume 2.

