



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI JEMAAH HAJI DAN UMRAH
DI PT SAUDARAKU UMRAH HAJI SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh :

Devina Manjilly Rohmah

NIM : 04010420006

DOSEN PEMBIMBING :

Yunita Ardilla, S.Kom.,M.MT

NIP : 199206042020122015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devina Manjilly Rohmah

Nim : 04010420006

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh – sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Menjadi Jamaah Haji dan Umrah di PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya”** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Surabaya, 21 Desember 2023



NIM. 04010420006

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI JEMAAH HAJI DAN UMRAH
DI PT SAUDARAKU UMRAH HAJI SURABAYA

Proposal Skripsi

Oleh : Devina Manjilly Rohmah

Nim : 04010420006

Telah disetujui untuk diujikan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping initial 'Y' followed by a series of loops and a horizontal line extending to the right.

Surabaya, 16 Desember 2023

Yunita Ardilla, S.Kom.,M.MT

NIP : 199206042020122015

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI JAMAAH HAJI DAN
UMRAH DI PT SAUDARAKU UMRAH HAJI
SURABAYA

SKRIPSI

Disusun Oleh

Devina Manjilly Rohmah

04010420006

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Strata Satu

Pada tanggal 21 Desember 2023

Tim Penguji

Penguji I



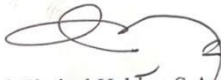
Yunita Ardilla, S.Kom., M.MT.
NIP. 19920604202012201

Penguji II



Aun Falestien Faletchan, MHRM, Ph.D.
NIP. 198205142005011001

Penguji III



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

Penguji IV



Airlangga Bramayudhaa, M.M
NIP. 197912142011011005



Surabaya, 21 Desember 2023

Dekan

Dr. Moch. Chabidul Arif, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 10171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Devina Manjilly Rohmah
NIM : 04010420006
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : devinaamr160602@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 Digital Marketing Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah Haji dan Umrah di PT Saudaraku Umrah 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,

Penulis

(Devina Manjilly Rohmah)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji efektivitas pemasaran digital dalam mempengaruhi keputusan calon Jemaah haji dan Umrah, khususnya di PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya. Pemasaran digital dipilih sebagai variabel penelitian karena perannya yang sangat penting dalam penjualan produk atau jasa, terutama di era digital saat ini. Peneliti juga tertarik untuk mempelajari strategi pemasaran pada PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya sebagai solusi untuk memenangkan persaingan di industri tour & travel. PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya dipilih sebagai objek penelitian karena reputasinya yang baik pada bidang jasa Haji dan Umrah.

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data, dan sampel yang digunakan adalah Jemaah haji dan Umrah yang telah mengunjungi PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya mulai bulan Juni 2022 hingga bulan Juli 2023. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis. Dengan begitu, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi industri pariwisata, terutama dalam menerapkan pemasaran digital dalam pemasaran jasa haji dan Umrah.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Menjadi Jemaah Haji dan Umrah di PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya. Variabel digital marketing yang disajikan oleh peneliti mampu untuk menjelaskan dan membuktikan variabel keputusan menjadi Jemaah, dengan hasil penelitian yang ada.

Kata kunci : pemasaran digital, produk haji dan Umrah, keputusan konsumen



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

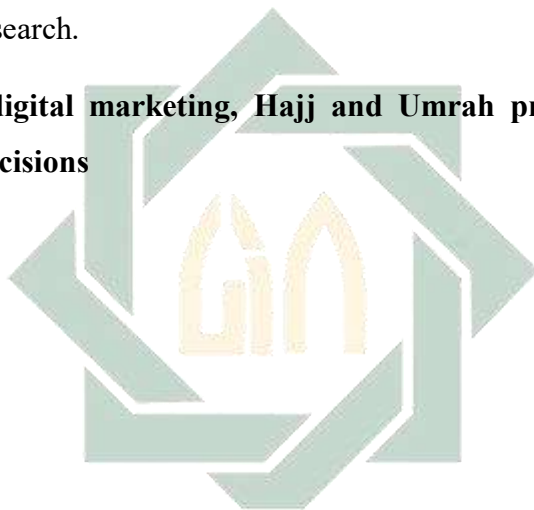
ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing the effectiveness of digital marketing in influencing the decisions of prospective Hajj and Umrah pilgrims, especially at PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya. Digital marketing was chosen as a research variable because of its very important role in selling products or services, especially in the current digital era. Researchers are also interested in studying the marketing strategy at PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya as a solution to win competition in the tour & travel industry. PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya was chosen as the research object because of its good reputation in the field of Hajj and Umrah services.

In this research, a questionnaire was used as a data collection tool, and the samples used were Hajj and Umrah pilgrims who had visited PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya from June 2022 to July 2023. Data analysis was carried out using simple linear regression analysis techniques and hypothesis testing. In this way, this research makes an important contribution to the tourism industry, especially in implementing digital marketing in marketing Hajj and Umrah services. The results of this research prove that the influence of digital marketing on the decision to become a Hajj and Umrah pilgrim

at PT Saudaraku Umrah Haji Surabaya. The digital marketing variables presented by researchers are able to explain and prove the decision variables to become a congregation, with the results of existing research.

Keywords: digital marketing, Hajj and Umrah products, konsumen decisions



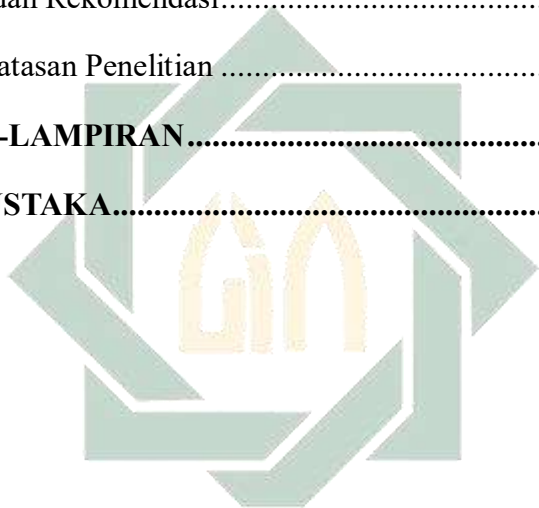
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	19
A. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Definisi Operasional.....	26

C. Kerangka Teoritik.....	30
D. Hipotesis	65
BAB III : METODE PENELITIAN.....	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	66
B. Objek Penelitian	68
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	68
D. Variable, Dimensi, dan Indikator Penelitian	69
E. Tahap – Tahap Penelitian.....	70
F. Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	71
G. Tahap Pengolahan Data.....	71
H. Teknik Pengumpulan Data	71
I. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian	74
J. Teknik Analisis Data.....	74
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN... 83	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83
B. Penyajian Data	86
C. Pengujian Hipotesis (Uji T)	108
D. Pembahasan Hasil Penelitian	110

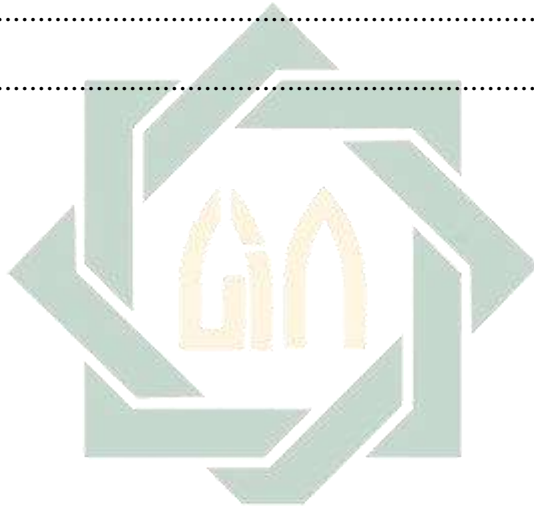
BAB V : PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran dan Rekomendasi.....	115
C. Keterbatasan Penelitian.....	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	126



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	86
Gambar 4.2	105



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	69
Tabel 3.2	73
Tabel 4.1	88
Tabel 4.2	88
Tabel 4.3	90
Tabel 4.4	91
Tabel 4.5	92
Tabel 4.6	100
Tabel 4.7	102
Tabel 4.8	103
Tabel 4.9	106
Tabel 4.10	107
Tabel 4.11	109

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aziz, Riyan Abdul. 2020. E-Book Digital Marketing Content.

Rachmadi, Tri, and S. Kom. 2020. The Power Of Digital Marketing. Vol. 1. Tiga Ebook.

Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif. Pascal Books.

Sugiono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B (Bandung: Alfabeta,).

Yenni, Arfah. 2022. Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.

Jurnal :

Abiyuansyah, Fachrizal. 2019. *Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement*: Universitas Brawijaya Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Konsentrasi Pemasaran Malang

Aderafika, Sri, Sani. 2022. *'Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen*

pada produk scarlett whitening.' Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah 4.5

Andriyanto, Lilik, Siti Syamsiar, And Indah Widowati. 2020.

'Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum', Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, 20.1

Bustanol, Arifin, Abdurohman Muzakki, and Moh Wahyu Kurniawan. 2019. *'Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran.'* Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis 4.2

Devita, Almira, and Putri. 2023. *'Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur.'* Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS) 4.1

Dewi, Shinta Kurnia, And Agus Sudaryanto. 2020. *'Validitas Dan Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah'* Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Fauzan, Muhammad. 2021. *'Sikap Mahasiswa Terhadap Penggunaan Internet: Sebuah Survey Pada Dua Universitas Negeri Di Jambi'* Indonesian Educational Administration and Leadership Journal (IDEAL) Vol 04 Nomor 02
- Fenny, Krisna, and Marpaung. 2021. *'Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.'* Jurnal Manajemen 1.1
- Gumilang, Gugum, Wirakanda, and Apriyanti Pardosi. 2020. *'Pengaruh Sales Promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Blibli. com).'* Jurnal Pro Mark 10.1
- Go, Theodorus Raymond. 2019. *'Pengaruh Tampilan Estetik, Tata Letak Dan Fungsi, Keamanan Pembayaran, Serta Interaktivitas Terhadap Minat Beli Online Dengan Intensitas Penggunaan Internet Sebagai Variabel Moderasi Pada Jd.Id'* Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Hudani, Amalina. 2020. *'Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan*

Pembelian', Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)

- Ika, Nuruni Kusuma, Wardhaniika, and Ignatia Martha Hendrati. 2021. *'Perpindahan Merek Akibat Ketidakpuasan Konsumen Dalam Pemilihan Produk Smartphone.'* IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis 2.1
- Jannatin, Rahmatul, and Naimah. 2020. *'Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM.'* Jurnal IMPACT: Implementation and Action 2.2
- Kambali, Muhammad, And Eko Mardiyanto. 2021. *'Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah'* Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam volume 1 issue 9
- Lutfia, Lusi, And Luvy Sylviana Zanthly. 2019. *'Analisis Kesalahan Menurut Tahapan Kastolan Dan Pemberian Scaffolding Dalam Menyelesaikan Soal Sistem Persamaan Linear Dua Variabel'*, Journal On Education, 01.03
- Meiryani. 2021. *'Memahami Composite Reability Dalam Penelitian Ilmiah'*, BINUS University School Of Accounting.

- Prisma Miardi, Putri, and RA Marlien. 2022. *'Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online'*. Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah) 5.1
- Samud, Melisa Safitri, Riane Johnly Pio, And Ventje Tatimu. 2021. *'Pengaruh Keterlibatan Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan'*, 2.3
- Saputra, Gede Wisnu, And I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2021. *'Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian'*, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9.7
- Silalahi, Rut Rismanta, And Puri Bestari Mardani. 2020. *'Optimalisasi Pemanfaatan Internet Sebagai Media Hiburan Dan Edukasi Bagi Remaja Di Tengah Wabah Covid-19'*,
- Syuhbanul Ach, Yaumi, Zainul Zulfikar, and Aryo Nugroho. 2020. *"Klasterisasi Karakter Konsumen Terhadap Kecenderungan Pemilihan Produk Menggunakan K-Means."* JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science) 5.3

- Taan, Hapsawati. 2021. '*Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen*', e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 8.1
- Tasya, Sabila. 2022. '*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kopi Tuku Jakarta)*'. Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Tirtayasa, Satria, Anggita Putri Lubis, and Hazmanan Khair. 2021. '*Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*', Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, 5.1

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A