

**PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN PERILAKU
PENGAMBILAN KEPUTUSAN JAMAAH TERHADAP
PEMBELIAN UMROH PT. INTANAYA TOUR AND TRAVEL**

SKRIPSI

Oleh

ARIBATI JULIA AFIFAH

NIM: 08040421198



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8410298 Fax 031-8413300
Website : www.uinsa.ac.id E-Mail : feb@uinsby.ac.id

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Aribati Julia Afifah
NIM : 08040421198
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 3 Juli 2002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, M.M

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam proposal ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 18 Oktober 2024
Yang membuat pernyataan


MEUBRA
TEMPEP
08040421198
(Aribati Julia Afifah)

NIM08040421198

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQOSAH

Surabaya, 30 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, M.M.

NIP 197608022009122002

LEMBAR PENGESAHAN

PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN PERILAKU PENGAMBILAN KEPUTUSAN JAMAAH TERHADAP PEMBELIAN UMROH PT. INTANAYA TOUR AND TRAVEL

Oleh
Aribati Julia Afifah
NIM: 08040421198

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Tanggal 7 Januari 2025 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk Diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Andriani Samsuri, S. Sos., M.M
NIP. 197608022009122002
(Penguji 1)
2. Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag
NIP. 197708272005012002
(Penguji 2)
3. Maziyah Mazza Basya, M.SEI., M.SEI
NIP. 199001092019032014
(Penguji 3)
4. Ahmadun Najah, M.H.I
NIP. 197709152005011004
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 14 Januari 2025

Dekan,



Dr. Strajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PUBLIKASI



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**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 : Aribati Julia Afifah
NIM : 08040421198
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail address : Aribatiafifah03@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 :

Persepsi Kualitas Layanan Dan Perilaku Pengambilan Keputusan Jamaah Terhadap Pembelian Umroh

PT. Intanaya Tour And Travel

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, 07 Januari 2025

Penulis

(Aribati Julia Afifah)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi jamaah terhadap kualitas layanan dan perilaku pengambilan keputusan dalam memilih layanan umroh yang disediakan oleh PT. Intanaya Tour and Travel. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor seperti kualitas makanan, akomodasi, pembimbing ibadah, komunikasi, transparansi biaya, serta pengaruh harga dan rekomendasi sosial yang memengaruhi keputusan jamaah dalam membeli paket umroh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap jamaah yang telah menggunakan layanan PT. Intanaya Tour and Travel. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa faktor harga dan rekomendasi sosial dari keluarga atau teman menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan jamaah, meskipun harga paket yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan penyedia lainnya. Jamaah merasa bahwa kualitas layanan yang diterima sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Penelitian ini menyarankan peningkatan komunikasi, transparansi biaya, serta kualitas makanan dan akomodasi untuk meningkatkan kepuasan jamaah secara keseluruhan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan responden yang hanya berasal dari beberapa kota besar, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih besar serta menerapkan metode tambahan, seperti survei atau observasi langsung untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai kepuasan jamaah dalam pembelian paket umroh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar jamaah merasa puas terhadap pelayanan administrasi, pembimbing ibadah (mutawif), dan pelayanan di Tanah Suci. Namun, terdapat beberapa kendala yang memengaruhi keputusan jamaah, seperti ketidakpuasan terhadap aspek *tangibles* (ketidakpuasan fasilitas yang dijanjikan dan kualitas makanan yang kurang memuaskan), *reliability* (kurangnya transparansi biaya), *responsiveness* (ketidakresponsifan dalam penyampaian informasi penting dalam perubahan jadwal). Faktor-faktor ini menjadi kendala yang memengaruhi tingkat kepuasan jamaah.

Kata kunci: Persepsi jamaah, perilaku pengambilan keputusan, kualitas layanan, umroh, komunikasi, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This Study aims to analyze the perception of pilgrims towards the quality of service and decision-making behavior in choosing umrah services provided by PT. Intanaya Tour and Travel. This study focuses on factors such as food quality, accommodation, worship guides, communication, cost transparency, and the influence of price and social recommendations that influence pilgrims' decisions in purchasing umrah packages.

This study uses a qualitative approach with an in-depth interview method with pilgrims who have used the services of PT. Intanaya Tour and Travel. This study also revealed that price factors and social recommendations from family or friends are important elements that influence pilgrims' decisions, even though the price of the package offered is higher than other providers. Pilgrims feel that the quality of service received is comparable to the costs incurred.

The study suggests improving communication, cost transparency, and food and accommodation quality to improve overall pilgrim satisfaction. The limitations of this study lie in the scope of respondents who only come from several large cities, further researchers are advised to use a larger sample, and apply additional methods, such as surveys or direct observation to gain a more comprehensive understanding of pilgrim satisfaction in purchasing umrah packages.

The research results show that the majority of the congregation are satisfied with the administrative services and worship guides. most of the pilgrims were satisfied with the facilities, mutawif, administrative services, worship guides (mutawif), and services in Holy Land. However, there was dissatisfaction in the tangibles aspect (inconsistency of facilities and food quality), reliability (lack of cost transparency), responsiveness (unresponsiveness in delivering important information and schedule changes). These factors are obstacles that affect the level of pilgrim satisfaction.

Keywords: Pilgrim perception, decision-making behavior, service quality, umrah, communication, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Grand Teory Kualitas Layanan Jamaah	16
2.2 Persepsi Konsumen	20
2.2.1 Pengertian Persepsi Konsumen	20
2.2.2 Proses Persepsi Konsumen	20
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	23
2.2.4 Indikator Persepsi Konsumen	24

2.3 Perilaku Konsumen	25
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	25
2.3.2 Tipe Konsumen	26
2.4 Perilaku Pengambilan Keputusan	30
2.4.1 Pengertian Pengambilan Keputusan	30
2.4.2 Indikator Pengambilan Keputusan	30
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan ...	32
2.5 Kualitas Layanan.....	37
2.5.1 Pengertian Kualitas Layanan	37
2.5.2 Indikator Kualitas Layanan	37
2.6 Kerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Subjek Penelitian.....	49
3.3 Tempat atau Lokasi Penelitian.....	51
3.4 Jenis dan Sumber Data	51
3.4.1 Jenis	51
3.4.2 Sumber Data.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	54
3.7 Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Profil Perusahaan PT Intanaya Tour and Travel.....	63
4.2 Hasil Penelitian	65
4.3 Pembahasan	101
BAB V PENUTUP	113
5.1 Kesimpulan.....	113

5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	118



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

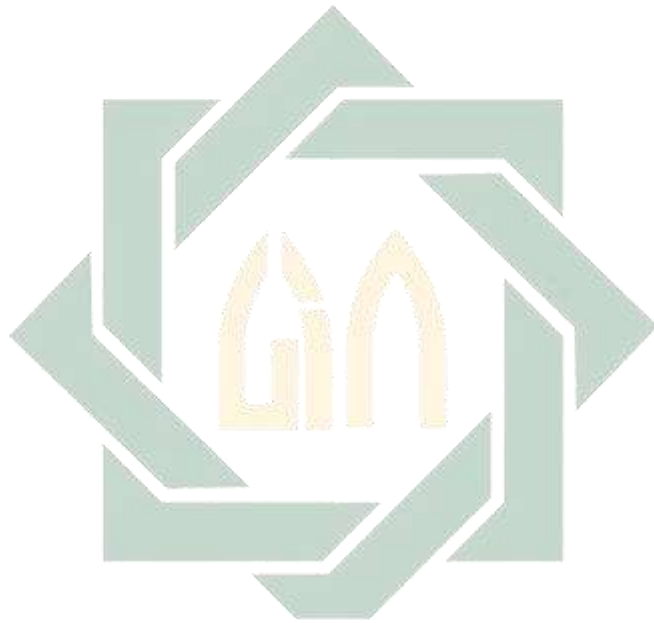
Tabel 1.1 Jumlah Jamaah PT Intanaya Tour and Travel Pada Tahun 2019-2024...	4
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 4.1 Persepsi Responden Terhadap Pemenuhan Janji Layanan	65
Tabel 4.2 Persepsi Responden Terhadap Responden dan Penanganan Keluhan .	67
Tabel 4.3 Persepsi Responden Terhadap Kompetensi dan Profesionalisme Staff	69
Tabel 4.4 Persepsi Responden Terhadap Perhatian Staff Terhadap Pribadi Jamaah	71
Tabel 4.5 Persepsi Responden Terhadap Lokasi dan Fasilitas Fisik	73
Tabel 4.6 Pengaruh Rekomendasi Terhadap Keputusan Konsumen	76
Tabel 4.7 Pengalaman Konsumen Baru Dalam Proses Pendaftaran Paket Umrah	79
Tabel 4.8 Peran Harga Dalam Keputusan Memilih Paket Umrah	81
Tabel 4.9 Kualitas Makanan Selama Perjalanan Paket Umrah	83
Tabel 4.10 Pengalaman Jamaah Terhadap Kualitas Mutawif di Tanah Suci.....	85
Tabel 4.11 Penilaian Jamaah Terhadap Fasilitas Akomodasi dan Transportasi ..	88
Tabel 4.12 Hasil Observasi di Lapangan	91

UIN SUNAN AMPEL S U R A B A Y A DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 3.1 Proses Teknik Analisis Data	61
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Intanaya Tour and Travel.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 Gambar saat wawancara dengan informan
- Lampiran 3 Gambar saat observasi
- Lampiran 4 Biodata



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Anita. S. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali:CV Intelektual Manifes Media.
- Arianty, N Jasin.dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Praktek* (Edisi 1). Medan: Perdana Publishing.
- Ginting, N., & Bangun, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*. 3(1). 114-125.
- Hidayat, R., Muhammadiyah, & Nasrulhaq. (2021). Pengambilan Keputusan Kepala Desa Kalebarendeng Kecamatan Bontonmpo Kabupaten Gowa. *Jurnal Unismuh*. 2(1). 1-16.
- Mantara, M., & Yulianthini, N. (2022). Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakutlas Ekonomi Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4(2). 168-177.
- Milla, H., & Febriola, D. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Memilih Masuk Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*. 1(3). 149-158.
- Sauqy, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jama'ah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Al-Adzlar Duri. *Skripsi*, Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Setiadi, N., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zikri, A., & Harahap, M. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)*. 2(1). 923-926.
- Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)*. 2(1) 923-926
- Hidayat. R., Muhammad & Nasrulhaq. (2021). Pengambilan Keputusan Kepala Desa Kalebarembeng Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. *Jurnal Unimuh*. 2(1). 1-16.
- Lestari, N. (2019). Standar Pelayanan Haji dan Umroh di Tanah Air dan Tanah Suci. *Jurnal Manajemen Pariwisata*. 6(2). 134-145.
- Hartono, A. (2024) Kualitas Pelayanan dan Keputusan Jamaah pada Penyelenggara Ibadah Haji dan Umroh. *Jurnal Manajemen Layanan*. 13(1). 56-70.
- Terry, R. (2021). Manajemen Komunikasi dalam Pelayanan Jasa: Studi Kasus di Industri Travel Haji dan Umroh. *Jurnal Komunikasi Bisnis*. 12(4). 112-125.

- Wijaya, D. (2020). Eksplorasi Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Layanan pada Jasa Tour and Travel di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pariwisata*. 9(1). 70-85.
- Hartanto, P. (2021). Studi Kualitatif: Pengaruh Kualitas terhadap Pengambilan Keputusan Jamaah Haji dalam Memilih Penyedia Jasa Perjalanan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(3). 112-125.
- Kusuma, T. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Jamaah Haji dalam Layanan Perjalanan Ibadah. *Jurnal Manajemen Layanan dan Pariwisata*. 11(2). 30-45.
- Utami, N. (2023). Eksplorasi Persepsi Jamaah terhadap Layanan PT. XYZ dalam Menyediakan Paket Umroh. *Jurnal Ilmu Manajemen Pariwisata*. 8(4). 150-165.
- Oliver, R. L. (2020). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. *Journal of Consumer Research*, 47(3), 334-350.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2021). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 67(1), 12-40.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2020). The SERVQUAL model and its applications in the travel and tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 39, 101840.
- Homburg, C., & Koschate, N. (2024). The influence of customer satisfaction on consumer behavior and loyalty in the tourism industry. *Journal of Service Research*, 27(4), 476-490.

- Oliver, R. L. (2020). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. *Journal of Consumer Research*, 47(6), 1141-1160.
- Dodds, W.B., Monroe, K.B., & Grewal, D. (2020). *The Effect of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations*. *Journal of Marketing Research*, 57(4), 591-605.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed). Pearson.
- Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, & Berry, L. L. (2020). *SERQUAL: A Multiple-item Scale Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(2), 12-40.
- Zhang, X., Zhang, J., Kim, H. (2021). *The Impact of Service Experience on Customer Loyalty: Evidence from the Tourism Industry*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(2), 130-145.
- Sari, R., & Herlina, E. (2022). *Dokumentasi sebagai Sumber Data dalam Penelitian Kualitatif: Perannya dalam Menganalisis Perilaku Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2), 98-110.
- Oliver, R. L (2021). Expectation Confirmation Theory: A Historical Overview. *Journal of Marketing Research*, 58(3), 277-299.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2022). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

- McColl-Kennedy, J. R., & McKee, L. G. (2022). *Customer Experience Management: A Contemporary Approach*. Routledge.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2023). *The SERVQUAL Model: A Service Quality and Customer Satisfaction Perspective*. Wiley.
- Anita, N. (2023). *Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Layanan dalam Industri Pariwisata*. *Journal Manajemen Pariwisata*, 17(2), 124-136.
- Dr. H.Ah Ali Arifin, MM. *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah*.
- Bakhrul Huda. *Analisis Implementasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Layanan*.
- Cialdini, R. B. (2023). *Influence: The Psychology of Persuasion* (6th ed.). Harper Business.
- Davis, F. D. (2021). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 139-340.
- Febrida, E. (2020). *Psikologi Konsumen: Pengaruh Ingatan Selektif dan Distorsi Kognitif terhadap Persepsi Layanan*. *Jurnal Psikologi Industri*, 19(1), 45-59.
- Wang, Y., & Zhang, P. (2021). *The Role of Communication in Service Quality: A Study on Customer Satisfaction in Service Industries*. *Journal of Service Research*, 24(2), 157-172.