

ABSTRAK

Dinda Arifah, 3622050, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Konsumen memilih Travel Penyelenggaraan Ibadah Umrah Di PT. AlMalik Amanah Haramain kota Padang. Skripsi Mahasiswa Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djambil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang masalah dari penelitian ini ialah pelayanan Al-Malik masih dalam tahap penyesuaian, sehingga kehandalan dalam jadwal, administrasi dan ketanggapan petugas belum optimal dan keterbatasan sumber daya manusia yang berdampak pada penurunan jumlah jamaah yang menunjukkan keputusan konsumen belum stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih travel umrah, pengaruh dari harga terhadap keputusan konsumen dan serta pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa travel penyelenggaraan ibadah umrah.

Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi yang diperoleh melalui konsumen yang menggunakan jasa Travel Al-Malik Haramain. Teknik pengambilan sampel ialah metode sampling tertentu sesuai pada kriteria yang penelitian, sebanyak 100 responden dipilih menggunakan penyebaran kuesioner atau angket dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24. Teknik analisa data meliputi analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta dengan pengujian hipotesis.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,071 > 0,05$ dan t hitung $1,826 < t$ tabel $1,985$, sehingga dinyatakan H_1 ditolak. Sementara itu, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dengan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $6,100 > t$ tabel $1,985$, sehingga H_2 diterima. Dan secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, yang dibuktikan dari uji f dengan tingkat signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$, sehingga H_3 diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Konsumen