

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Jamaah Menggunakan PT Sutra Tour (Studi Kasus : Jamaah Umrah Di PT Sutra Tour & Travel Hidayah, Kota Bukittinggi”. Disusun oleh Atria Vinora NIM 3621011, Program Studi S-1 Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini adalah tingginya persaingan biro perjalanan haji dan umrah di Kota Bukittinggi yang menuntut perusahaan mampu memaksimalkan strategi promosi untuk menarik minat jamaah. Promosi dipandang sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan jamaah dalam memilih biro perjalanan umrah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan jasa PT Sutra Hidayah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan populasi jamaah PT Sutra Tour Hidayah Cabang Bukittinggi tahun 2021–2024. Jumlah sampel sebanyak 50 responden dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan jamaah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,759 atau 75,9%. Artinya, promosi memberikan pengaruh sebesar 75,9% terhadap keputusan jamaah menggunakan jasa PT Sutra Tour Hidayah, sedangkan 24,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa promosi memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan jamaah. Oleh karena itu, PT Sutra Tour disarankan untuk terus meningkatkan strategi promosi yang kreatif, inovatif, dan efektif agar mampu menarik lebih banyak jamaah serta bersaing dengan biro perjalanan lainnya.

Kata Kunci: Promosi, Keputusan Jamaah PT Sutra Tour Hidayah