

Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah pada Travel PT. Zam-Zam Wisata Islami

Sarma Hasibuan

Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
sarmahasibuan7@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the quality of regular Umrah worship package services on congregational satisfaction at Travel Pt. Zam-Zam Islamic Tourism both partially and simultaneously. This research approach is associative. The population is the entire congregation at Travel Pt. Zam-Zam Islamic Tourism and a sample of 100 Jama'ah at Travel Pt. Zam-Zam Islamic Tourism. Data collection techniques in this research used interview techniques, documentation studies, observations and questionnaires. The data analysis technique in this research uses Multiple Linear Regression Analysis Test, Hypothesis Testing (t Test). Data processing in this research used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software program version 29.00. Partially, service quality has a significant effect on satisfaction.

Keywords: Service, Umrah Worship, Congregation Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah Pada Travel Pt. Zam-Zam Wisata Islami baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan penelitian ini adalah asosiatif. Populasinya adalah seluruh Jama'ah Pada Travel Pt. Zam-Zam Wisata Islami dan sampelnya sebanyak 100 Jama'ah Pada Travel Pt. Zam-Zam Wisata Islami. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS (Statistic Package for the Social Sciens) versi 29.00. Secara parsial bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

Kata Kunci: Pelayanan, Ibadah Umrah, Kepuasan Jama'ah

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk Muslim, dan banyak dari mereka ingin melaksanakan rukun Islam yang kelima, yaitu haji, bagi yang mampu. Namun, pembatasan keberangkatan haji di Indonesia menyebabkan umat Muslim harus menunggu dalam waktu yang lama atau terdaftar dalam daftar tunggu haji, yang dapat mengurangi minat beberapa orang. Sebagai alternatif, ibadah umroh menjadi pilihan bagi mereka yang ingin segera pergi ke Makkah dan Madinah. Umroh dapat dilakukan kapan saja dan tidak memerlukan waktu tunggu yang lama (Ramido & Nurani, 2023).

Biro perjalanan umroh, atau sering disebut sebagai travel umroh, adalah badan usaha yang menyediakan layanan terkait perjalanan ibadah umrah. Dengan banyaknya travel umroh yang menawarkan layanan, jamaah perlu lebih selektif dalam memilih biro perjalanan umroh yang terpercaya. Persaingan di antara perusahaan biro travel umroh sangat ketat untuk mendapatkan kepercayaan dan loyalitas jamaah. Namun, maraknya kasus penipuan dalam industri biro perjalanan umroh telah menyebabkan penurunan tingkat kepercayaan jamaah terhadap penyedia jasa perjalanan umroh. (Kamila & Wardhana, 2023).

Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang konsumen jika merasakan puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa sangat besar kemungkinannya menjadi konsumen dalam waktu yang lama (Nasution & Lesmana, 2018).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang seseorang yang timbul dari perbandingan antara kesan kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dengan harapannya (Andini et al., 2023). Kepuasan adalah pusaka yang tidak bisa hilang. Pelayanan merupakan prioritas nomor satu yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa (Nasution & Andriani, 2016). Hal ini menjadi daya tarik bagi konsumen agar konsumen dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Khusus bagi perusahaan travel umroh yang dijual kepada konsumen adalah pelayanan, sedangkan kepuasan merupakan harapan yang muncul dari pikiran positif bagi konsumen. Dalam hal ini jemaah umroh membutuhkan pelayanan terbaik dari perusahaan yang menyediakan jasa perjalanan umroh (Harahap & Pohan, 2023).

Dalam perjalanan ibadah umrah sangat diperlukan suatu agen travel umrah untuk perjalanan ibadah umrah yang memberikan jasa pelayanan baik kepada para jama'ah umrah di Indonesia. PT. Zam-Zam Wisata Islami yang bergerak dibidang travel umrah menawarkan sebuah produk bagi konsumen yang ingin pergi umrah, paket umrah pun berupa paket umrah reguler dan umrah plus. Hal ini mempengaruhi minat jama'ah untuk memilih paket yang terbaik, dan ada juga beberapa calon jama'ah yang memilih paket reguler dikarenakan biaya yang murah dibandingkan paket khusus. Kedua paket ini sangat berpengaruh bagi peminat calon jama'ah umrah. Yang membedakan dari kedua paket diatas adalah sebuah pelayanan, jangka waktu dan estimasi biaya. Paket plus memberikan Pelayanan lebih kepada jama'ah, tentu sekali dengan pelayanan terbaik membuat jama'ah nyaman dalam menjalani ibadahnya, Hal ini berpengaruh kepada kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan jama'ah (Fitri & Nurani, 2023).

Pelayanan adalah sebuah prioritas nomor satu yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen, khusus nya perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Hal ini merupakan suatu daya tarik kepada konsumen agar konsumen bisa merasakan kepuasan kepada pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan (Satria, 2023). Khususnya kepada perusahaan travel umrah yang dijual kepada konsumen adalah Pelayanan, sedangkan kepuasan ada suatu harapan yang bernyatakan pemikiran positif bagi para konsumen. Dalam hal ini, jama'ah ibadah

umrah membutuhkan suatu pelayanan yang terbaik dari sebuah Perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan ibadah umrah yang dapat membantu para jama'ah dalam menjalankan ibadahnya (Ibrahim & Darmawan, 2023).

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa (Azhar et al., 2019).

Dimensi kualitas pelayanan ada 5, yaitu: keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat dalam waktu tertentu. Artinya, perusahaan harus dapat mewujudkan ekspektasi dari apa yang pelanggan inginkan. Sehingga pelayanan yang perusahaan sajikan harus dapat diandalkan pelanggan dan sesuai dengan yang mereka inginkan. Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan pekerja dalam pengetahuan, kesopanan, menyampaikan dan kepercayaan diri. Artinya, perusahaan harus dapat memberikan jaminan atau kepastian kepada para pelanggan agar mereka tidak merasa khawatir dan tidak percaya akan produk yang ditawarkan perusahaan. Sehingga, perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang dapat mewujudkan hal tersebut. Bukti langsung (*Tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel. Artinya, perusahaan harus menyesuaikan kualitas fisik dengan harga dan apa yang mereka tawarkan. Tampilan fisik ini bukan hanya terkait dari tempat saja, tetapi menjulur ke fasilitas fisik hingga fisik para pekerja. Empati (*Empathy*) adalah rasa peduli, perhatian individu yang disediakan perusahaan kepada pekerjanya. Artinya, rasa empati ini dapat memberikan pengalaman berbeda bagi para pelanggan dan dapat menjadi nilai lebih dari para pesaing. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat. Artinya, perusahaan harus dapat bertanggung jawab akan pelayanannya dan merespons para pelanggan dengan cepat namun sesuai dengan apa yang mereka harapkan (Azhar et al., 2023).

Berdasarkan Kenyataan tersebut, menyadari bahwa masyarakat Muslim di Indonesia membutuhkan suatu kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh Travel Umrah khususnya PT. Zam-Zam Wisata Islami dan apa pengaruhnya dari sebuah tingkat kepuasan Jama'ah yang diberikan oleh penyelenggara ibadah Umrah. Alasan penulis tertarik dengan penelitian pelayanan travel PT. Zam-Zam Wisata Islami adalah ingin mengetahui seberapa puas jama'ah atas pelayanan yang diberikan oleh travel PT. Zam-Zam Wisata Islami, pada dasarnya produk dari sebuah perusahaan travel adalah sebuah jasa, karena perusahaan memasarkan sebuah jasa yang berupa pelayanan oleh karena itu PT. Zam-Zam Wisata Islami harus memberikan sebuah pelayanan yang sangat bagus kepada jama'ah umrah. Maka penulis tertarik untuk mengangkat karya ilmiah yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah Pada Travel Pt. Zam-Zam Wisata Islami"**.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Juliandi et al (2015) pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan penelitian dimana peneliti tersebut bertujuan untuk menganalisis permasalahan bahwa adanya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat dihitung. Kuantitatif yaitu data berupa angka yang dapat dihitung. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan jama'ah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang akan diteliti yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah seluruh jama'ah yang tidak diketahui jumlahnya.

Menurut Sugiyono (2018) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi".

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sam bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow dalam (Lemeshow, 1997) yaitu:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Gambar 1. Rumus Lemeshow

Keterangan: n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan
 Z_{α} = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, dipakai 50%
 $Q = 1 - P$
L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden dan penulis menggenapkan sampel menjadi 100 Responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 29,00, menggunakan alat analisis statistik untuk mengevaluasi secara independen pertanyaan yang diajukan. Hasil penelitian menekankan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan terutama oleh tingkat kepercayaan, diikuti oleh daya tanggap, kepercayaan, empati dan keandalan produk atau layanan. Wawasan ini penting dalam menutup kesenjangan antara harapan pelanggan dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Berdasarkan (Mulyono, 2019), untuk membuat jalur pengembalian sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

Keterangan : Y = Kepuasan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

ϵ = *Standard Error*

Menurut (Juliandi, 2015) mengemukakan dua metode pengujian hipotesis dalam uji parsial. Cara pertama adalah dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} , dengan hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai T_{hitung} lebih besar dan hipotesis nol (H_0) ditolak jika nilai T_{hitung} lebih kecil. Cara kedua adalah melakukan valuasi berdasarkan nilai probabilitas (sig), dengan H_a diterima jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 begitu pula sebaliknya.

H_a = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan

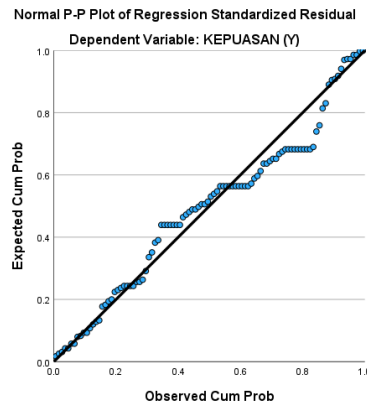
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Santoso, 2019). Normalitas data merupakan hal yang penting karena data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.



Gambar 2. Uji Normalitas

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan gambar 1 *normal probability plots* terlihat bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, Sehingga dapat disimpulkan bahwa residul terdistribusi secara normal dan model regresi. Jadi, syarat normalitas sudah terpenuhi.

Regresi Linier Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah Pada Travel PT. ZAM-ZAM Wisata Islami.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

Keterangan : Y = Kepuasan
a = Konstanta
 β = Koefisien Regresi
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 ϵ = Standard Error

Berikut adalah tabel yang merupakan hasil *output* SPSS.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	7.961	2.394		3.325	.001	
	KUALITAS PELAYANAN (X)	.812	.057	.823	14.369	<.001	1.000 1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Dari tabel di atas dapat ditentukan persamaan regresinya berdasarkan kolom B yang merupakan koefisien regresi pada tiap variabelnya. Jadi persamaan regresinya adalah sebagai berikut.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

$$\text{Kepuasan} = 7.961 + 0.812 X$$

Berikut penjelasan mengenai hasil persamaan regresi dapat implementasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 7.961 menunjukkan kualitas pelayanan dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka kepuasan memiliki nilai 7.961.
- Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0.812 dengan arah positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan sebesar 0.812 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri pengalaman kerja terhadap variabel dependen yaitu disiplin kerja. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Bila $\text{Sig} > 0.05$, maka H_0 = diterima, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- Bila $\text{sig} < 0.05$, maka H_0 = ditolak, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- Bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 = ditolak sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.
- Bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 = diterima sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.

Tabel 2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.961	2.394		3.325	.001		
	KUALITAS PELAYANAN (X)	.812	.057	.823	14.369	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

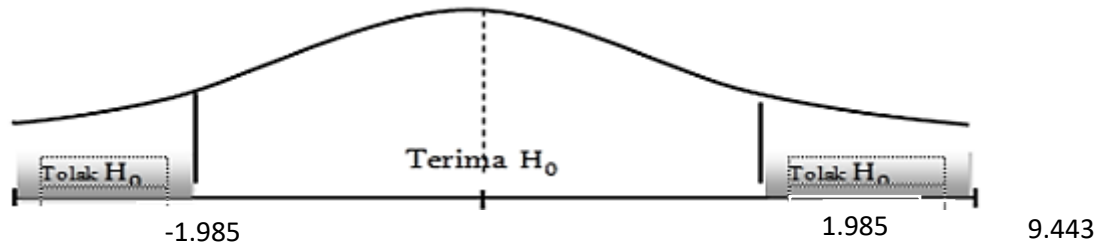
Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara individual (parsial) dan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan. Data hasil pengelolaan data SPSS Versi 29, maka hasil uji t yang diperoleh sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = 14.369$$

$$t_{\text{tabel}} = 1.985$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) H_0 diterima jika : $-1.985 < t_{\text{hitung}} < 1.985$, pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$
- 2) H_0 ditolak jika : $t_{\text{hitung}} > 1.985$ atau $-t_{\text{hitung}} < -1.985$ pada $\alpha = 5\%$ dan $df = 96$



Gambar 3. Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t (Kualitas Pelayanan)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 14.369 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($14.369 > 1.985$) dengan angka signifikan $0.001 < 0.05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Sugiyono, 2012) koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen cara lain untuk melihat kesesuaian model regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil *output* SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.675	2.991	2.022

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X)

b. Dependent Variable: KEPUASAN (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai $R=0,823$ untuk hubungan antar variabel dan $R\text{ Square}=0,675$ berarti 67,5% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan adalah sebesar 47,6%. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa Kepuasan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan Kualitas Pelayanan sebesar 67,5%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 67,5\% = 38,5\%)$ yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

Penelitian ini mengungkapkan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Paket Ibadah Umrah Reguler Terhadap Kepuasan Jama'ah Pada Travel PT. ZAM-ZAM Wisata Islami, dengan hipotesis yang telah ditetapkan. Berikut penjelasannya mengenai masing-masing variabel.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 14.369 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.985. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($14.369 > 1.985$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Secara parsial bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

SARAN

Adapun saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- 1) Hendaknya bagi perusahaan lebih memperhatikan Kualitas Pelayanan karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya penelitian menambahkan variabel atau mengganti variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan yang tidak dibahas dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N., Zahwanda, T., Wulandari, U., & Oktavia, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah BSI Cabang Medan (Studi Kasus FAI UMSU). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*. 4(1). 1-11.
- Andriani, Z., & Nasution, S, M, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 2(2). 21-32.

- Azhar, M, E., Jufrizen, J., Prayogi, M, A., & Sari, M. (2019). Effect Of Marketing Mix And Service Quality On Tourist Satisfaction. *Proceeding of The 3rd International Conference on Accounting, Business & Economics(UII-ICABE)*. 1(1), 133-140.
- Azhar, M, E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2019). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Independent Journal Of Management & Production (IJM&P)*, 10(5), 1-14.
- Fitri, S, A., & Nurani, K. (2023). Analisis Manajemen Pelayanan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Pada Kementerian Agama Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 1(2). 413-429.
- Ibrahim, A., & Darmawan, C. (2023). Peran Leader Travel Umrah Zafir Tour Dalam Pengembangan Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan. *Social Science and Contemporary Issues Journal*. 1(4). 14-26.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis: konsep & aplikasi*.
- Kamila, N., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Setelah Layanan Haji dan Umrah di Buka Kembali pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Ebad Wisata Tour and Travel Surabaya). *Journal Of Religious And Social Scientific*. 17(1). 231-241.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan), *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1, 83-88.
- Ramido, R., & Nurani, K. (2023). Analisis Manajemen Pelayanan Jamaah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pada Pt. Penjuru Wisata Negeri Kota Padang. *Jebiman : Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*. 1(6). 1-14.
- Satria, T. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPPPratama Medan Timur. *Jurnal Manajemen, Hukum dan Sosial (JMHS)*. 1(1). 28-37.