JURNAL SYNTAX IDEA p–ISSN: 2723-4339 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 5, No. 7 Juli 2025

Evaluasi Kualitas Pelayanan Terhadap Jamaah Umroh Di Ventour Travel

Hanna Putri Wandasari, Dina Hariani
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Indonesia
Email: hannaputriwandasari@gmail.com, bhi.dinahariani@gmail.com

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya kualitas pelayanan dalam memengaruhi kepuasan jamaah umroh, terutama di Ventour Travel, mengingat tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap ibadah umroh dan persaingan ketat di industri travel. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh di Ventour Travel. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner terhadap 100 responden. Variabel yang dikaji meliputi lima dimensi kualitas pelayanan: bukti fisik (tangibles), empati (empathy), kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), dan jaminan (assurance) serta kepuasan konsumen yang diukur dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,007 dan koefisien determinasi sebesar 75,9%. Dimensi pelayanan yang paling memuaskan adalah kehandalan dan bukti fisik, sedangkan dimensi empati dinilai memerlukan perbaikan. Penelitian ini memberikan bukti empiris pentingnya menjaga dan meningkatkan kualitas layanan guna memperkuat loyalitas dan kepuasan jamaah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Umroh, Ventour Travel

Abstract:

This study was motivated by the importance of the role of audit committees in improving the quality of financial reporting, especially in the health sector, which requires high transparency and accountability. Although the expertise of audit committee members and the frequency of meetings are considered key factors, previous studies have shown inconsistencies in their influence. This study aims to evaluate the quality of service towards the satisfaction of Umrah pilgrims at Ventour Travel. The research method used is quantitative with a survey technique through a questionnaire to 100 respondents. The variables given include five dimensions of service quality: tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance, as well as customer satisfaction measured by the conformity of expectations, intention to revisit, and willingness to recommend. The results of a simple linear regression test show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.007 and a determination coefficient of 75.9%. The most satisfying service dimensions are reliability and tangibles, while the empathy dimension is considered to require improvement. This study provides empirical evidence of the importance of maintaining and improving service quality in order to strengthen the loyalty and satisfaction of pilgrims.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Umrah, Ventour Travel

Pendahuluan

Indonesia memiliki mayoritas penduduk muslim terbanyak di dunia, sebanyak 207 juta jiwa atau hampir 90% dari total populasi penduduk (https://www.indonesia-investments.com) (Katadata, 2022; Katadata.co.id, 2018; Kemendagri, 2021; Monavia Ayu Rizati, 2022; Qoniah, 2022; Rizaty, 2022). Seperti agama lain, Islam mewajibkan umatnya menjalankan ibadah, seperti sholat lima, puasa Ramadhan, serta menunaikan Haji atau Umroh. Haji dan Umroh menjadi kewajiban bagi umat Muslim yang memiliki kemampuan, terutama dalam aspek finansial, mengingat biaya yang diperlukan untuk menjalankan ibadah ini tergolong besar. Kedua ibadah ini harus dipersiapkan dengan baik, baik dari sisi materi maupun non-materi (Herlyanda et al., 2019; Jahroni & Putra, 2023; Kurniadi, 2022; Lubis & Hidayat, 2019; Santoso, 2019; Sitorus, 2018). Oleh sebab itu, penyelenggaraannya harus didukung oleh koordinasi yang baik, manajemen yang efisien, serta tenaga kerja profesional dan terpercaya.

Undang-Undang No. 8 Tahun 2019, khususnya Pasal 2 dan 3, mengatur pelaksanaan ibadah haji dengan prinsip syariat, kepercayaan, keadilan, keamanan, profesionalisme, serta keterbukaan (Fadli & Caniago, 2022; Fawwaz & Liya Sukma Muliya, 2023; Zulfila, 2022). Tujuannya untuk memberikan arahan, layanan, dan perlindungan bagi jamaah agar ibadah berjalan sesuai dengan ketentuan agama, serta mendukung kemandirian dalam pengelolaannya. Salah satu penyedia layanan ini adalah biro perjalanan umroh. Biro perjalanan umroh merupakan perusahaan atau lembaga yang menawarkan jasa perjalanan bagi individu maupun kelompok yang ingin melaksanakan ibadah umroh dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi jamaah dalam melaksanakan ibadah dengan nyaman dan sesuai ketentuan (Krisnawati et al., 2021; Lestari, 2020; Meiriza et al., 2019; Novi Ratnawati, 2018; Parlaungan S. & Wisnu, 2020). Dengan meningkatnya persaingan di industri ini, perusahaan penyelenggaraan umroh menghadapi berbagai rintangan dan kendala yang harus dilalui oleh para pengelola bisnis travel. Salah satu agen perjalanan umroh di Indonesia adalah Ventour Travel.

Adanya travel umroh yakni salah satunya Ventour Travel menunjukkan bahwa jumlah jamaah yang umroh mulanya hanya 919 orang pada bulan Juli 2024, pada bulan Oktober 2024 jumlah jamaah naik menjadi 1.222 orang, dan meningkat lagi di bulan Januari 2025 menjadi 2.066 orang. Banyaknya jumlah konsumen menunjukkan meningkatnya minat dan preferensi konsumen untuk menggunakan jasa travel umroh.

Kepuasan konsumen menjadi fokus utama bagi pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen itu sendiri. Bagi penyedia layanan, kepuasan konsumen sangat penting karena pengalaman positif dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Kepuasan konsumen diukur dengan membandingkan harapan terhadap layanan atau produk dengan kenyatan yang mereka terima. Jika layanan melebihi ekspektasi maka kepercayaan konsumen meningkat, sedangkan jika tidak sesuai mereka akan merasa kecewa dan kehilangan kepercayaan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan diperlukan agar konsumen tetap royal. Kepuasan konsumen adalah rasa bahagia atau kecewa setelah mereka menyandingkan ekspektasi terhadap performa produk dengan hasil yang diterima, kepuasan ini muncul secara alami tanpa adanya paksaan (Kotler & Keller, 2021). Selain

itu, kepuasan juga diartikan sebagai tingkat perasaan individu setelah menilai pengalaman dengan harapan awal mereka (Nugraheni & Wiwoho, 2020)

Di tengah kompetisi usaha yang semakin ketat, perusahaan perlu menyediakan layanan berkualitas agar tetap kompetitif. Konsumen menginginkan pelayanan yang cepat, ramah dan memuaskan dari karyawan. Pelayanan yang optimal menjadi strategi efektif untuk menarik konsumen baru, menjangkau calon konsumen, serta mempertahankan konsumen lama. Layanan yang memuaskan juga berfungsi sebagai media promosi melalui saran dari orang ke orang. Namun, layanan Ventour Travel masih menghadapi beberapa kendala terkait kualitas pelayanan yang belum memenuhi harapan konsumen, seperti yang tercermin dari keluhan jamaah umroh yang sudah dikumpulkan oleh peneliti.

Beberapa keluhan yang muncul meliputi keterlambatan keberangkatan, responsivitas petugas dalam menangani masalah, serta fasilitas yang tidak sesuai dengan paket perjalanan. Keluhan ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam kehandalan, ketanggapan, serta kepedulian terhadap jamaah. Dengan melakukan evaluasi dan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, diharapkan kepuasan jamaah dapat meningkat, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas konsumen terhadap Ventour Travel. Faktor-faktor tersebut mendorong penulis untuk meneliti kepuasan konsumen terhadap layanan Ventour Travel guna mengidentifikasi aspek pelayanan yang paling berpengaruh. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan Ventour Travel terhadap jamaahnya.

Tinjauan terhadap beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat kesamaan tema terkait evaluasi pelayanan, meskipun objek dan fokus kajian berbeda. Penelitian-penelitian berikut menjadi referensi penting dalam penyusunan kajian pustaka ini: Penelitian oleh Dani dkk, (2021) menunjukkan bahwa pelayanan kepada jamaah umrah, mulai dari proses keberangkatan hingga kepulangan, telah berjalan sesuai harapan dan mendapat tanggapan positif dari jamaah. Penelitian oleh Febinnaqiyya dkk. (2024) yang menggunakan metode kualitatif menunjukkan bahwa pelayanan manasik umrah yang diberikan tergolong memadai bagi calon jamaah. Penelitian oleh Jauhari dkk (2024) menyimpulkan bahwa pelayanan di PLHUT berjalan efektif, didukung oleh tenaga kerja profesional dan fasilitas memadai, serta efisiensi meningkat melalui penerapan SOP sesuai regulasi haji.

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam industri jasa perjalanan umroh, yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah jamaah setiap tahunnya. Namun, di balik pertumbuhan ini, terdapat kesenjangan antara harapan jamaah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan, termasuk Ventour Travel. Beberapa keluhan seperti keterlambatan keberangkatan, responsivitas petugas, dan ketidaksesuaian fasilitas mengindikasikan bahwa aspek-aspek tertentu dalam layanan belum optimal. Studi sebelumnya memang telah meneliti kualitas pelayanan di berbagai biro perjalanan umroh, namun penelitian khusus yang mengukur pengaruhnya terhadap kepuasan jamaah di Ventour Travel masih terbatas, sehingga perlu dieksplorasi lebih mendalam.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jamaah umroh, mengingat pengalaman positif dapat meningkatkan loyalitas dan reputasi perusahaan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, Ventour Travel perlu mengevaluasi layanannya secara komprehensif untuk mempertahankan konsumen dan menarik calon jamaah baru. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh, yang menekankan prinsip profesionalisme dan perlindungan bagi jamaah. Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perbaikan layanan sekaligus memenuhi tuntutan regulasi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap lima dimensi SERVQUAL secara spesifik di Ventour Travel, serta penggunaan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruhnya terhadap kepuasan jamaah. Berbeda dengan studi sebelumnya yang lebih umum, penelitian ini memberikan analisis mendalam tentang dimensi mana yang paling berpengaruh dan aspek mana yang masih perlu ditingkatkan. Selain itu, penelitian ini melibatkan responden dengan karakteristik demografis yang beragam, sehingga hasilnya dapat lebih representatif. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini tidak hanya terbatas pada pengembangan literatur, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi Ventour Travel.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan Ventour Travel dan menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan jamaah umroh. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi dimensi layanan yang paling dominan serta aspek yang masih memerlukan perbaikan. Manfaat penelitian mencakup dua aspek, yaitu akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam konteks jasa perjalanan umroh. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi Ventour Travel dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan, sehingga dapat memaksimalkan kepuasan jamaah dan daya saing perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian menunjuk pada teknik ilmiah yang digunakan dalam pengumpulan data untuk mencapai tujuan dan manfaat tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mengandalkan data bentuk angka dan analisis statistic (sumber). Jenis penelitian yang digunakan adalah survei, yaitu pengambilan sampel dari suatu populasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner sebagai teknik untuk memperoleh informasi dari responden. Responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan jamaah umroh ventor Juli 2024 – April 2025. Penelitian ini disebarkan secara online kepada jamaah umroh yang telah menggunakan layanan Ventour Travel sebelumnya. Penelitian ini memperoleh responden sebanyak 100 orang serta waktu penyebaran berlangsung selama 15 (lima belas) hari dimulai tanggal 23 April 2025 – 08 Mei 2025. Peneliti menggunakan kuesioner dengan aplikasi google formulir yang disebar melalui individu dan grup WhatsApp, setelah semua data kumpul di export ke excel dan diolah menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Data Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan sampel yang mewakili populasi dari penelitian ini, gambaran mengenai responden yang dijadikan sampel penelitian dikategorikan berdasarkan karakteristiknya yaitu jenis kelamin, usia, asal daerah, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan, pendidikan terakhir, dan status perkawinan.

Berdasarkan kelompok jenis kelamin mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 87% dari total responden keseluruhan. Berdasarkan kelompok usia 17 - 25 tahun sebanyak 73 orang, usia 26 – 45 tahun sebanyak 74 orang, usia >45 tahun sebanyak 38 orang. sebaran asal daerah responden, pada penelitian ini sebagian besar responden berasal dari kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi sebesar 91%. Sisanya yaitu sebesar 9% berasal dari kota lain yang ada di Indonesia.

Berdasarkan kelompok pekerjaan responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 13 orang, karyawan swasta sebanyak 50 orang, pegawai negeri sebanyak 6 orang, wiraswasta sebanyak 14 orang, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 17 orang. Berdasarkan kelompok jumlah pendapatan responden memiliki pendapatan kurang dari 4.500.000 sebanyak 42 orang, 4.500.000 - 6.900.000 sebanyak 30 orang, 7.000.000 - 10.000.000 sebanyak 21 orang, dan pendapatan lebih dari 10.000.000 sebanyak 7 orang.

Berdasarkan kelompok pendidikan terakhir responden SMA/SMK sebanyak 44 orang, diploma sebanyak 13 orang, sarjana sebanyak 34 orang, dan pascasarjana sebanyak 9 orang. Berdasarkan kelompok status perkawinan responden menikah sebanyak 57 orang, belum menikah sebanyak 41 orang, dan cerai hidup/mati sebanyak 2 orang.

Hasil Analisis Data

Hasil uji validitas *Pearson Correlation* yang didapat dari variabel x memiliki nilai < 0.001 yaitu dibawah 0,05 sehingga data dari semua indikator dalam variabel kualitas pelayanan yang diperoleh adalah valid. *Pearson Correlation* yang didapat variabel y memiliki nilai < 0.001 yaitu dibawah 0,05 sehingga data dari semua indikator dalam variabel kepuasan konsumen yang diperoleh adalah valid. Hasil uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat 0,985 > 0.60 sehingga variabel Kualitas Kelayanan (X) dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha*, 0,951 > 0.60 sehingga variabel Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan reliabel. Uji normalitas untuk nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang didapat memiliki nilai 0.057 > 0,05 sehingga data yang dihasilkan dapat dinyatakan normal. Hasil uji linearitas *Deviation from linearity* yang didapat memiliki nilai 0.857 > 0,05 sehingga data yang dihasilkan dapat dinyatakan linear. Uji heterokedasitas memiliki nilai signifikansi 0.956 > 0,05 sehingga data yang dihasilkan dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedasitas.

Regresi Linear Sederhana

Dapat dijelaskan tentang persamaan regresi sederhana pada penelitian ini. Adapun rumus persamaan regeresi penelitian ini sebagai berikut:

$Y = a + bX$, maka $Y = 23.550 + 0.112$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Nilai konstanta (α) sebesar 23.550 dengan tanda positif menyatakan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dianggap konstan maka nilai Y adalah 23.550.

b) Nilai koefisien regresi sebesar 0.112 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.112.

Tabel 1. Regresi Linear Sederhana

	Unstandardized Coefficients		**Standardized Coefficients**		
	B	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
(Constant)	23.550	4.160		5.661	< 0.001
Kualitas Pelayanan	0.112	0.041	0.269	2.765	0.007

Sumber: Olah SPSS, 2025

Hasil dan Pembahasan

Uji Koefisien Determinasi

Diketahui hasil (R Square) sebesar 0.759 dijadikan persentase menjadi 75,9% sehingga variabel bebas (X) memiliki kontribusi atau peran yang cukup mempengaruhi variabel terikat, sedangkan 24,1% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel bebas yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1) Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan uji validitas, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap kualitas pelayanan Ventour Travel. Lima dimensi pelayanan (tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance) dinilai positif dan memuaskan, khususnya dalam aspek ketepatan jadwal, kenyamanan akomodasi, dan keramahan staf. Dengan demikian, evaluasi terhadap kualitas pelayanan Ventour Travel menunjukkan bahwa secara umum, pelayanan Ventour Travel telah memenuhi harapan jamaah dan memberikan pengalaman ibadah yang baik.

2) Dimensi yang paling memuaskan dari jamaah adalah kehandalan (reliability) dan bukti fisik (tangible), terutama terkait ketepatan jadwal keberangkatan, perlengkapan umroh, dan kenyamanan transportasi. Sedangkan aspek yang masih perlu diperbaiki adalah dimensi empati, khususnya pemahaman terhadap kebutuhan pribadi konsumen dan penanganan keluhan yang secara personal, yang dinilai masih perlu ditingkatkan meskipun tetap berada dalam kategori baik.

Pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan sebagai berikut.

a) Berdasarkan hasil rata-rata dari seluruh pernyataan pada dimensi tangible, diketahui bahwa 94% responden menyatakan setuju atau sangat setuju, dengan rincian 60% setuju dan 34% sangat setuju. Hanya sebagian kecil responden yang bersikap netral (4%) dan tidak setuju (2%). Ini menunjukkan bahwa dimensi tangible umumnya sangat positif, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kebersihan secara menyeluruh maupun penyediaan fasilitas pendukung lainnya.

b) Berdasarkan hasil rata-rata dari dimensi Empati, sebanyak 93,33% responden menyatakan setuju atau sangat setuju, dengan rincian 40% sangat setuju dan 53,33% setuju. Hanya sebagian kecil responden yang bersikap netral (3,33%) dan tidak setuju

(3,33%). Ini menunjukkan bahwa dimensi empati telah berjalan baik, namun masih ada sebagian kecil jamaah yang belum merasakan perhatian dan komunikasi secara maksimal.

c) Berdasarkan hasil rata-rata dari dimensi Reliability, sebanyak 94% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap keandalan pelayanan, dengan rincian 34% sangat setuju dan 60% setuju. Hanya sebagian kecil responden yang bersikap netral (4%) dan tidak setuju (2%). Ini menunjukkan bahwa kehandalan pelayanan dinilai baik secara umum, namun masih ada sebagian kecil jamaah yang menilai konsistensi pelayanan, khususnya dalam hal ketepatan waktu dan informasi yang perlu ditingkatkan.

d) Berdasarkan rata-rata dari dimensi responsiveness, sebanyak 93,33% responden menyatakan setuju atau sangat setuju, dengan 40% sangat setuju dan 53,33% setuju. Sebagian kecil responden memilih netral dan tidak setuju masing-masing sebesar 3,33%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden belum sepenuhnya merasakan kecepatan respon terhadap pertanyaan atau permintaan yang diajukan.

e) Berdasarkan rata-rata dari dimensi assurance, sebanyak 93,33% responden menyatakan setuju atau sangat setuju, dengan rincian 20% sangat setuju dan 73,33% setuju. Hanya 6,67% responden yang bersikap netral, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa staf mampu memberikan rasa aman, bersikap sopan, dan memiliki pengetahuan yang memadai dalam melayani jamaah.

Dari kelima dimensi, tangible dan reliability merupakan dua dimensi yang paling dinilai baik oleh jamaah, dengan persentase kepuasan tertinggi sebesar 94%. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan fisik dan keandalan pelayanan menjadi aspek yang paling diapresiasi oleh jamaah Ventour Travel. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan jamaah, meskipun besarnya pengaruh tersebut tergolong cukup secara statistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji analisis terhadap 100 responden jamaah umroh ventour travel adanya bukti sig 0,005 untuk menolak H0 tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dan menerima H1 ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3) Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi (p-value) = 0.007 < 0.05, yang berarti hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Persamaan regresi yang diperoleh adalah: Y = 23.550 + 0.112X. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan jamaah sebesar 0.112 satuan. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.759 menunjukkan bahwa kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 75,9%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan jamaah Ventour Travel.

Penelitian ini menguatkan penelitian yang berjudul "Evaluation of Quality Services at PT. Hajar Aswad Mubaroq" oleh Dani dkk (2021) yang menyatakan bahwa hasil kualitas

pelayanan yang diberikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: Evaluasi terhadap kualitas pelayanan Ventour Travel secara umum dinilai baik oleh para jamaah umroh. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap indikator kualitas pelayanan yang diberikan, menunjukkan bahwa pelayanan Ventour Travel telah memenuhi ekspektasi konsumen.

Dimensi reliability (kehandalan) dan tangible (bukti fisik) merupakan aspek pelayanan paling memuaskan, terutama dalam hal ketepatan jadwal dan pendampingan oleh tour leader dan muthowif. Sebaliknya, dimensi Empathy (empati) merupakan dimensi yang paling perlu ditingkatkan, khususnya dalam hal kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pribadi jamaah, meskipun masih dalam kategori memuaskan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh terbukti signifikan dan positif, berdasarkan uji regresi sederhana yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,007 (< 0,05). Namun, kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan hanya sebesar 75,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Daftar Pustaka

Fadli, A., & Caniago, S. (2022). Sinkronisasi Pasal 41 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Menurut Siyasah Dusturiyah Dalam Perlindungan Warga Negara Indonesia. *JISRAH: Jurnal Integrasi Ilmu Syariah*, *3*(3). https://doi.org/10.31958/jisrah.v3i3.8375

Fawwaz, A. F., & Liya Sukma Muliya. (2023). Kerugian Jemaah Haji Furoda atas Gagal Berangkat Haji dan Tanggung Jawab Hukum Biro Perjalanan Haji Khusus Berdasarkan Buku III KUH Perdata Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. *Bandung Conference Series: Law Studies*, *3*(1). https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i1.4919

Herlyanda, D. F., Ali, M., M, N. W., Ayu, W., & Sholihah, N. (2019). Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh di Kementerian Agama Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, *1*(1). https://doi.org/10.15642/japi.2019.1.1.43-56

Jahroni, J., & Putra, A. R. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kewajaran Harga Terhadap Retensi Pelanggan Pada Biro Perjalanan Umroh. *Jurnal Baruna Horizon*, *5*(2). https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i2.81

Katadata. (2022). RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia. *Katadata*, *2021*.

Katadata.co.id. (2018). *Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia*. Katadata.Co.Id.

Kemendagri. (2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. *Bisnis Indonesia Resources Center*.

Krisnawati, M., Firdaus, M. A., Asyari, H., & Sutrisno, E. (2021). Pemilihan Maskapai Penerbangan pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh menggunakan metode AHP-CODAS (Studi Kasus : PT Tursina). *Jurnal Produktiva*, *1*(01). https://doi.org/10.36815/jurva.v1i01.1375

Kurniadi, W. (2022). Aplikasi Monitoring Jama'ah Haji Dan Umroh Berbasis Geolokasi. *Jurnal Teknologi Pintar*, *2*(6).

Lestari, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Manarul Quran Biro Perjalanan Umroh. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, *2*(2). https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i2.823

Lubis, M. S., & Hidayat, T. (2019). Sistem Informasi Terpadu Haji Dan Umroh Berbasis Mobile. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, *6*(1). https://doi.org/10.30656/jsii.v6i1.1064

Meiriza, A.-, Lestari, E., & Zulfahmi, R. (2019). Implementasi Metode Entropy Dan Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution (Topsis) Dalam Pemilihan Biro Perjalanan Umroh. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, *11*(1). https://doi.org/10.36706/jsi.v11i1.7686

Monavia Ayu Rizati, Dataindonesia. id. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022. *Dataindonesia.Id*.

Novi Ratnawati, D. G. R. F. (2018). Upaya Penanggulangan Terjadinya Penipuan Yang Dilakukan Biro Perjalanan Umroh (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *JURNAL POENALE*.

Parlaungan S., T. F., & Wisnu, D. (2020). Rancang Bangun Sistem Pengidentifikasi Travel Bag Pada Kelompok Biro Perjalanan Umroh/Haji Berbasis WEB. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi STMIK Subang*, *13*(1). https://doi.org/10.47561/a.v13i1.167

Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, *2*(1). https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246

Rizaty, M. A. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022. In *dataIndonesia.id*.

Santoso, J. D. (2019). Buku Saku Ibadah Manasik Haji dan Umroh Berbasis Android. *Pseudocode*, *6*(2). https://doi.org/10.33369/pseudocode.6.2.156-163

Sitorus, Z. (2018). Perancangan Aplikasi Tata Cara Melaksanakan Ibadah Haji Dan Umroh Berdasarkan Syariat Islam Berbasis Android. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *1*(9).

Zulfila, Z. (2022). Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji Plus Dan Umrah Pada Pt. Tanim Wisata Religi Duri Riau Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, *1*(2). https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.18