

ABSTRAK

Aldi Fadilah: *"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah di PT. Adhiya Wisata Utama Tour & Travel Bandung Tahun 2024"*

Kualitas pelayanan dan kepercayaan ibadah umrah memiliki keterkaitan dalam kepuasan pelanggan (jemaah). Kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat mendorong jemaah dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk jangka panjang. Karena itu dibutuhkan kualitas pelayanan dan kepercayaan umrah yang baik untuk meningkatkan kepuasan jemaah agar visi perusahaan tersebut bisa berjalan dengan baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT. Adhiya Tour and Travel Bandung.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode kuesioner. Terdapat 132 populasi dan 30 sampel, dalam penelitian ini yang diperoleh dari perhitungan dengan rumus Arikunto. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji f, uji t, analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinan. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari responden menggunakan teknik kuesioner. Berdasarkan teori kualitas pelayanan dan teori kepercayaan teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Hasil analisis data yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa: (1) Secara parsial, kualitas pelayanan memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Adhiya Wisata Utama Tour and Travel Bandung karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,462 < 2,408$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,156, yang lebih besar dari 0,05. (2) Secara parsial, kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Adhiya Wisata Utama Tour and Travel Bandung karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,083 > 2,408$), dan didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. (3) Secara simultan, ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Adhiya Wisata Utama Tour and Travel Bandung. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($82,304 > 4,21$), didukung nilai koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 86,4% terhadap kepuasan jemaah, sisanya 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan jemaah