

## ABSTRAK

### Ahmad Syirojudin Al Karomani : “Pengaruh *Brand Image* Lembaga terhadap Keputusan Jemaah Haji dan Umrah KBIHU Al-Huda Garut.

Memasuki persaingan layanan jasa yang semakin kompetitif, citra merek (*brand image*) menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu layanan. Dalam konteks penyelenggara ibadah haji dan umrah, *brand image* lembaga berperan dalam membangun kepercayaan, persepsi positif serta keyakinan jemaah dalam menentukan pilihan layanan yang akan digunakan. Lembaga yang memiliki *brand image* yang kuat cenderung lebih mudah menarik minat calon jemaah dan meningkatkan keputusan dalam memilih layanan yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan jemaah dalam memilih layanan haji dan umrah pada KBIHU Al-Huda Garut. Kerangka teori yang digunakan mengacu pada konsep *brand image* menurut Kotler yaitu persepsi konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari asosiasi yang tersimpan dalam benak konsumen yang meliputi tiga dimensi utama: kekuatan merek, kesukaan merek, dan keunikan merek. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori keputusan konsumen dari Kotler dan Armstrong yang menjelaskan bahwa keputusan merupakan proses mental dan fisik konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner berskala likert kepada 75 responden jemaah haji KBIHU Al-Huda Garut. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antara variabel *brand image* lembaga dan keputusan jemaah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan jemaah. persamaan regresi yang diperoleh yaitu  $Y = -0,416 + 0,257X$  dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 67,8%. Hasil uji T menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola KBIHU perlu memperkuat citra merek melalui peningkatan kualitas layanan, membangun kepercayaan jemaah, serta menonjolkan keunikan lembaga guna meningkatkan keputusan jemaah dalam memilih layanan haji dan umrah.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Keputusan Jemaah, Lembaga