

ABSTRACT

IHSAN HAKIM: Influence of quality of service and determination price of the satisfaction of the Umroh Congregation of PT. Qiblat Tour Islami Bandung City.

A service company, especially in the field of Tour and travel always provide the best service in order to give satisfaction to the servants, as well as the pricing strategy on the packages offered by the Tour and travel services companies are expected to provide a satisfaction against the worshippers of the Umrah.

The purpose of this research is to know and analyze the influence of the quality of service partially on customer satisfaction, to know and analyze the effect of the price in a partial to the customer satisfactions and to know and analyze the influence of service quality and the simultaneous price to customer satisfaction at PT. Qiblat Tour Islami Bandung.

This research approach is asososiative research. The population in this research is the user of PT. Qiblat Tour Islami Bandung city in 2017-2018. The sample corresponds to the criteria amounting to 91 respondents using Random Sampling. Data collection techniques using questionnaires tested for validity and reliability, while data analysis techniques using multiple linear regression methods, classical assumption test, t test, F test and coefficient of determination. Data processing in this study uses SPSS software Program version 22.

Marketing strategy theory is 4p, namely price, Place, Promotion and Potitioning, so that the price determination in the service business, especially in the field of Tour and Travel also become one of the strength that is biased to provide satisfaction in the congregation of the Umrah.

The results of the quality of service are positive and significantly partial to customer satisfaction. Prices have a positive and significant effect partially on customer satisfaction. Simultaneously it is known that the quality of service and the price has a significant effect on the customer satisfaction of the service users of PT. Qiblat Tour Islami Bandung.

ABSTRAK

IHSAN HAKIM : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penentuan Harga terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Qiblat Tour Islami Kota Bandung.

Sebuah perusahaan jasa, khususnya dalam bidang Tour dan travel selalu memberikan pelayanan yang terbaik supaya dapat memberikan kepuasan para jamaahnya, begitu juga strategi penentuan harga pada paket yang ditawarkan oleh perusahaan jasa tour dan travel itu diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap para jamaah umroh tersebut.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Qiblat Tour Islami Kota Bandung.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna PT. Qiblat Tour Islami Kota Bandung pada tahun 2017-2018. Sampel yang sesuai dengan kriteria berjumlah 91 responden dengan menggunakan *Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Program *software* SPSS versi 22.

Teori Strategi marketing adalah 4P, yaitu Price, Place, Promotion dan Potitioning, sehingga Penentuan Harga dalam bisnis jasa khususnya dalam bidang Tour dan Travel pun menjadi salah satu kekuatan yang bias memberikan kepuasan pada jamaah umroh tersebut.

Hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Qiblat Tour Islami Kota Bandung.

مجرده

إحسان: أثر جودة الخدمة والتسعير على إرضاء المعتمدين.

تقدم شركة خدمات ، وخاصة في مجال سفر العمرة ، أفضل خدمة دائماً حتى تتمكن من إرضاء حاجها ، بالإضافة إلى استراتيجيات التسعير على الحزم التي تقدمها شركات خدمات سفر العمرة والتي من المتوقع أن ترضي حاج العمرة.

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وتحليل تأثير جودة الخدمة جزئياً على رضا العملاء ، ومعرفة وتحليل تأثير السعر جزئياً على رضا العملاء ، وتحديد وتحليل تأثير جودة الخدمة والسعر في نفس الوقت على رضا العملاء من المعتمدين.

نهج البحث هذا هو البحث الترابطي. السكان في هذه الدراسة هم من مستخدمي شركات العمرة. تم ترقيم العينات التي تتناسب مع المعايير وتسعين مستجيباً باستخدام أخذ العينات العشوائي. استخدمت تقنيات جمع البيانات استنباطية اختبرت الصلاحية والموثوقية ، في حين استخدمت تقنيات تحليل البيانات طرق الانحدار الخطي المتعددة ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، ومعامل التحديد. معالجة البيانات في هذه الدراسة باستخدام برنامج حاسوبي.

نظرية إستراتيجية التسويق هي السعر والمكان والترويج وحصة السوق ، لذا فإن التسعير في مجال الخدمات ، وخاصة في مجال الحج ، يصبح أيضاً أحد نقاط القوة التي يمكن أن توفر رضا الحاج. نتائج الدراسة إيجابية لجودة الخدمة وتأثير مهم جزئياً على رضا العملاء. السعر له تأثير إيجابي وجزئي جزئي على رضا العملاء. في الوقت نفسه ، من المعروف أن جودة الخدمة وسعرها لهما تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء عن خدمات شركة العمرة.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG