

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semua orang Muslim, termasuk orang Indonesia, ingin mengunjungi dan beribadah di Tanah Suci. Karena memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia, terlihat dari banyaknya aktivitas komunal yang berpusat pada praktik keagamaan Islam, khususnya ibadah Haji dan Umrah. Umat Muslim yang tidak sedikit di Indonesia memicu minat masyarakat dan memotivasi masyarakat untuk melaksanakan perjalanan ibadah Haji atau Umrah ini.

Setiap tahunnya umat Islam Indonesia pasti akan mendaftar untuk menunaikan ibadah Haji sehingga menyebabkan waktu tunggu haji semakin lama membuat umat Islam Indonesia memilih alternatif lain yaitu dengan menunaikan ibadah umrah terlebih dahulu. Fenomena tersebut menyebabkan peningkatan permintaan terhadap biro perjalanan Haji dan Umrah dengan demikian meningkatkan jumlah peminat umrah, sehingga kebutuhan untuk menyeimbangkan permintaan pelanggan dan layanan terlihat jelas. Kepercayaan pelanggan juga dapat dikaitkan dengan layanan dan keluhan pelanggan, yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan perjalanan Haji dan Umrah. Jika suatu perusahaan haji dan umrah memberikan layanan terbaik, pelanggan mungkin akan beralih ke agen perjalanan haji dan umrah yang menawarkan layanan serupa.

Satu bisnis di bidang perjalanan adalah layanan perjalanan haji dan umrah. Di tengah persaingan yang intens, pebisnis tidak boleh kurang dalam melakukan pelayanan terbaik kepada masyarakat agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Nuraddina, 2016). Dalam melaksanakan usahanya, biro perjalanan Haji dan Umrah menyediakan segala persiapan dan dukungan peralatan seperti visa, transportasi, akomodasi dan layanan terkait lainnya kepada calon jemaah haji dan umrah.

Pelayanan kepada pelanggan menjadi salah satu faktor terpenting seiring berjalannya waktu, terutama untuk bisnis yang bergerak di industri jasa, seperti layanan perjalanan haji dan umrah. Di mulai dengan menyampaikan informasi yang rinci dan berkomunikasi dengan jelas hingga membangun hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya, memberikan pelayanan terbaik sebagai upaya untuk memenuhi harapan pelanggan, karena pelanggan merupakan kunci kesuksesan dalam suatu usaha, oleh karena itu kepuasan menjadi tujuan utama dalam operasional bisnis karena kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dihasilkan dari apa yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Pelanggan yang mendapat pengalaman positif dengan layanan perusahaan kemungkinan besar akan kembali menggunakan layanan tersebut di masa yang akan datang, sementara pelanggan yang tidak puas, akan mencari perusahaan yang menawarkan layanan terbaik agar kebutuhan dan permintaan pelanggan dapat terpenuhi (Harahap, 2023).

PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi merupakan salah satu agen perjalanan Haji dan Umrah yang terletak di Jl. Melong No. 18-19, Melong Kec. Cimahi Selatan, Kota Cimahi, Jawa Barat 40535. Dengan izin Kementerian Agama RI No. U 542/2021. PT. Shiddiq Amanah juga merupakan travel resmi untuk menangani penyelenggaraan ibadah Haji dan Umrah.

PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi telah berkembang menjadi perusahaan terkemuka dibidang penyelenggaraan Haji dan Umrah berkat reputasinya yang mengedepankan pelayanan berkualitas tinggi. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan tingginya minat masyarakat yang menginginkan untuk menggunakan layanan PT. Shiddiq Amanah, yang menunjukkan kebutuhan pelayanan haji dan umrah yang berkualitas. Dalam hal ini, penelitian terhadap PT. Shiddiq Amanah relevan karena berhasil menarik pelanggan baru untuk menggunakan jasanya.

Meskipun banyak orang setuju bahwa kualitas pelayanan sangat penting, terutama dibidang penyelenggaraan haji dan umrah di Indonesia, terdapat variasi dalam pengetahuan tentang bagaimana suatu komponen pelayanan tertentu dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan jemaah umrah terhadap layanan yang diberikan oleh agen perjalanan haji dan umrah. Penelitian ini menganalisis komponen kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan melalui penelitian di PT, Shiddiq Amanah Kota Cimahi. Komponen yang dimaksud seperti profesionalitas karyawan, ketersediaannya sarana dan prasarana yang memadai, kecepatan dan

ketepatan dalam memberikan pelayanan, serta kemampuan dalam berkomunikasi secara jelas dan efektif. Selain itu, untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri penyelenggaraan haji dan umrah, penelitian ini menggunakan teori kepuasan dan kualitas pelayanan.

Dari beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dapat membuktikan kepuasan konsumen (Fauzi, 2018 ; Aisyah S. 2017 ; Rizky M, 2019). Namun penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Haris (2018) & Rahmawati (2019) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dengan uraian masalah dan kesenjangan pada penelitian yang telah di lakukan sebelumnya, peneliti termotivasi untuk mengidentifikasi faktor- faktor penentu kepuasan pelanggan dan membantu perusahaan dalam mempertimbangkan ketika menerapkan strategi pelayanan dengan faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan .Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian di PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi yang memfokuskan penelitiannya pada jemaah Umrah Tahun 2023, menyadari bahwa kualitas pelayanan adalah faktor yang krusial, terutama saat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JEMAAH UMRAH (Penelitian di PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi)”*.

B. Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks masalah sebelumnya, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi?
2. Seberapa signifikan dampak kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dampak antara kepuasan jemaah bagi kualitas pelayanan PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi.
2. Untuk menilai seberapa signifikan dampak kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi.

D. Kegunaan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa kegunaan penelitian berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JEMAAH UMRAH (Penelitian di PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi)” :

1. Secara Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai komponen yang mempengaruhi pengalaman dan persepsi jemaah umrah terhadap kualitas pelayanan.
- b. Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan tambahan referensi untuk studi lanjutan yang memungkinkan terciptanya kerangka baru ataupun kerangka yang sudah ada.
- c. Mahasiswa Manajemen Haji dan Umrah dapat menggunakan temuan ini untuk memahami serta menambah wawasan akademis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah.

2. Secara Praktis

- a. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi kepada Biro Penyelenggaraan Haji dan Umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Hal ini dilakukan dengan memahami bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan jemaah umrah, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih baik untuk perbaikan layanan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna terutama kepada para calon jemaah umrah agar lebih cermat dalam memilih biro penyelenggaraan haji dan umrah.

- c. Harapannya, penelitian ini dapat memberi gagasan dan informasi terkini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Nuraddina (2015), Universitas Syarif Hidayatullah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah di PT. Neekoi Nuansa Wisata Bekasi”. Temuan dari penelitian menunjukkan hanya satu variabel (keandalan) yang berdampak signifikan terhadap kualitas pelayanan, dan variabel lain tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan kualitas pelanggan. Penelitian tersebut mengkaji dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah PT. Neekoi, dan penelitian ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan PT. Shiddiq Amanah.
2. Vitasari (2018), Universitas Islam Negeri Walisongo dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Arwaniyyah Kudus Tahun 2017”. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan KBIH Arwaniyyah Kudus pada tahun 2017 sangat baik, dengan nilai rata-rata sebesar 72,18 yang berada diantara 64-84, kepuasan jemaah juga sangat baik dengan nilai rata-rata 50,67 berada diantara 46-60, dan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini mempengaruhi tingkat kepuasan

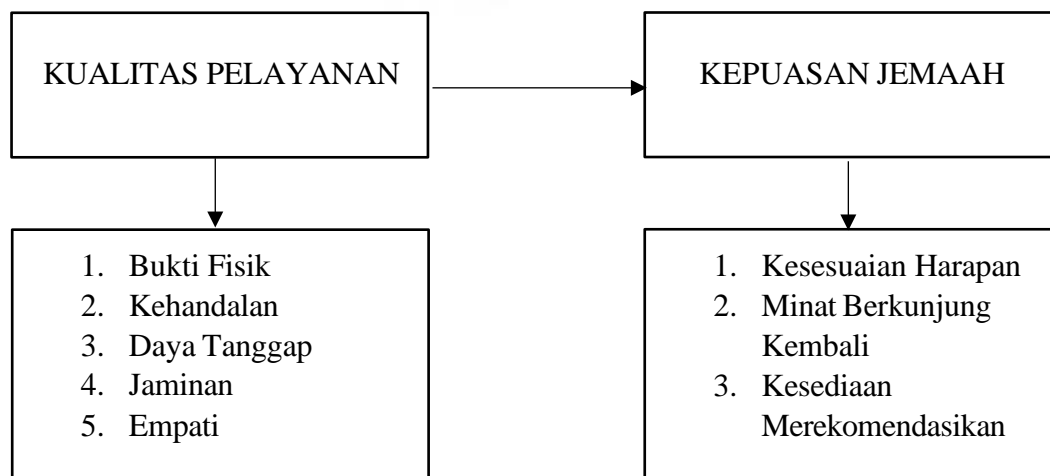
sebesar 53,9% dan variabel lain sebesar 46,1%. Penelitian tersebut membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah haji, dan penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah.

3. Masdukih (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Haji pada KBIH Jabal Uhud Kota Tangerang”. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata jemaah haji tahun 2018 merasa puas dengan layanan yang diberikan KBIH. Penelitian tersebut membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah haji pada KBIH, dan penelitian ini membahas bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan jemaah umrah pada sebuah biro perjalanan haji dan umrah.
4. Riyanto (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Haji KBIH Ar- Rahmah Palembang”. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan jemaah haji KBIH secara parsial dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian tersebut membahas tentang kepuasan jemaah haji pada KBIH, dan penelitian ini membahas tentang kepuasan jemaah umrah di biro perjalanan haji dan umrah.
5. Latiep (2020), Universitas Hasanudin Makassar dengan judul “Analisis Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Calon Jamaah Umroh di Kota Makassar dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening”.

Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan, promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dan pada promosi terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Mengenai loyalitas, kepercayaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jika dimediasi oleh kepercayaan, tetapi promosi memiliki pengaruh positif yang kecil terhadap loyalitas ketika dimediasi oleh kepercayaan.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1



Sumber : Masdukih 2019

Assegaf dalam Lestari (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai standar kinerja suatu penyedia jasa. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Lewis dan Boom (1983) sebagaimana yang dikemukakan dalam penelitian Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kualitas pelayanan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, terdiri dari dua komponen yang berdampak pada performa layanan seperti harapan pelanggan terhadap layanan dan pengalaman yang dialami pelanggan. Kualitas pelayanan baik diartikan sebagai tingkat pelayanan yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Penyedia jasa memiliki kemampuan untuk secara konsisten menjamin kepuasan pelanggan sebagai ukuran kualitas, jika pelayanan dirasakan melebihi harapan maka kualitas pelayanan dikatakan ideal, jika tidak maka kualitasnya tidak ideal.

Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang ideal, menurut Keller (2009) terdapat lima dimensi yang dijadikan sebagai acuan, yaitu metode **SERVIS QUALITY (SERVQUAL)** yang kemudian dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985), mencakup hal-hal berikut: bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Menurut Kolter (2003) dalam I Gusti Rai Utama (2016) kepuasan pelanggan adalah respon emosional seseorang yang diidentifikasi dengan kepuasan dan ketidakpuasan yang dihasilkan dari penilaian terhadap apa yang dialami. Kepuasan pelanggan adalah sebuah penilaian yang diberikan atas kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan kepada perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan baik dan buruk atas perbandingan antara persepsi kinerja layanan dengan harapan pelanggan. Pelanggan akan selalu menyamakan layanan yang pelanggan terima dengan apa yang pelanggan harapkan dan inginkan.

Seperti yang diutarakan Hawkins dan Lonney (2003) dalam Fatini & Dewi (2020), indeks yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan antara lain: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan elemen utama yang perlu diperhatikan, karena kemampuan dalam menarik pelanggan dan menunjukkan seberapa puas layanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan dapat dengan mudah tercapai.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan rendah, tingkat kepuasan pelanggan juga akan rendah.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu prediksi atau sebuah asumsi awal yang diajukan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tertentu dalam sebuah masalah penelitian. Hipotesis ini biasanya disajikan dalam bentuk pertanyaan yang menyarankan adanya hubungan antara variabel yang akan diteliti. Meskipun hipotesis didasarkan pada teori yang relevan, namun belum diverifikasi dengan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Masdukih, 2019). Berikut adalah hipotesis yang diformulasikan dalam penelitian ini:

H₀ : tidak ada pengaruh antara kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi dan kualitas layanan yang diberikan.

H₁ : ada pengaruh antara kepuasan jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi dan kualitas layanan yang diberikan.

H. Langkah – langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi, tepatnya di Jl. Melong 1 No. 18-19, Kec. Cimahi Selatan, Kota Cimahi, Jawa Barat, Kode Pos 40535. Lokasi ini dipilih untuk melakukan penelitian, karena kedekatan geografis dengan tempat tinggal peneliti sehingga memudahkan dalam pengambilan data, PT. Shiddiq Amanah sebagai biro penyelenggaraan Haji dan Umrah yang aktif dan memiliki pengalaman sehingga memberikan

konteks yang relevan dan mendalam untuk mengevaluasi faktor apa saja yang memengaruhi pilihan jemaah umrah serta ingin mengetahui tingkat signifikansi jemaah umrah dalam memilih biro penyelenggaraan haji dan umrah.

2. Paradigma dan Pendekatan

Ramadhiana (2021) menjelaskan pendekatan kuantitatif sebagai gaya penelitian yang menggunakan positivisme. Pendekatan ini mempelajari suatu populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data dan menerapkan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisis data dalam bentuk angka-angka. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi.

3. Metode Penelitian

Regresi linier sederhana adalah teknik statistik yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk menunjukkan hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen. Dengan metode regresi linier sederhana peneliti dapat memprediksi apakah nilai variabel terikat akan meningkat atau menurun. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana umumnya menggunakan data dalam bentuk skala interval atau skala rasio (Mulyono, 2019).

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan mengumpulkan data melalui metode survei. Data survei diambil dari sampel pada populasi jemaah umrah. Peneliti mengumpulkan data tentang tanggapan jemaah umrah melalui skor dan nilai dari pengisian kuesioner yang dibagikan kepada jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi yang telah menggunakan jasa biro perjalanan haji dan umrah tersebut pada tahun 2023.

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikenal sebagai data primer, yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa perantara. Informasi utama akan dikumpulkan dari jemaah yang menggunakan layanan PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi pada Tahun 2023. Peneliti akan mencari angka dan informasi untuk keperluan penelitian ini melibatkan penyebaran kuesioner kepada jemaah umrah yang menggunakan layanan PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi pada tahun 2023.

Metode penyebaran kuesioner dipilih karena memungkinkan pengumpulan data secara langsung dari responden, yaitu jemaah haji yang memiliki pengalaman nyata dengan layanan PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan berbagai informasi,

termasuk tingkat kepuasan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih biro umrah, serta kritik terkait layanan yang diterima.

Pendekatan ini tidak hanya memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang spesifik dan terfokus, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang diperoleh bersifat akurat dan mendalam, yang pada akhirnya memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai preferensi dan perilaku jemaah dalam memilih biro perjalanan umrah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan biro Haji dan Umrah, serta pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan harapan jemaah.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Martono (2011) kelompok merujuk pada seluruh objek atau individu yang ada di suatu wilayah yang memenuhi pertanyaan penelitian atau kriteria tertentu dalam konteks wilayah tempat penelitian dilakukan. Penelitian ini memasukkan populasi standar yang mencakup perempuan dan laki-laki yang telah menggunakan layanan biro penyelenggaraan haji dan umrah PT. Shiddiq Amanah. Berdasarkan definisi tersebut, penelitian ini akan mewakili seluruh jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi pada tahun 2023, yang berjumlah 394 jemaah.

b. Sampel

Peneliti mengambil contoh dalam penelitian ini di dasrkan pada gagasan Suharsimi Arikunto (2010) yang menyatakan bahwa penelitian ini dianggap sebagai penelitian populasi jika subjeknya tidak lebih dari 100, namun jika subjeknya melebihi 100, maka sampel dapat diperoleh 10%-15% atau 20%-25% atau lebih, tergantung pada kemampuan peneliti dan tentu saja dengan mempertimbangkan aspek waktu, biaya dan tenaga (Nugroho, 2014 : 33).

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya, ukuran sampel dalam penelitian ini dipilih sekitar 10% dari total populasi. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 jemaah umrah yang dibulatkan dari angka 39,4. Metode pengambilan sampling random digunakan dimana responden di pilih secara acak dari populasi.

6. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dimana responden diminta untuk menjawab berbagai pertanyaan atau pernyataan, kemudian disediakan alternatif jawaban dalam kuesioner yang diberikan untuk setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut. Menurut Kasturiani (2018), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau permintaan jawaban tertulis kepada responden. Kuesioner sangat efektif dalam pengumpulan data, karena memungkinkan

peneliti untuk mengukur variabel dengan tepat dan mengetahui apa yang dipikirkan responden tentang hal itu. Penelitian ini menyebarkan kuesioner kepada jemaah umrah yang menggunakan layanan PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi pada tahun 2023. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat dikirim melalui internet atau diberikan secara langsung.

Dalam penelitian ini, skala likert digunakan. Skala likert adalah alat pengukuran yang berguna untuk menilai pendapat, perspektif, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena. Dengan skala likert, variabel-variabel yang diukur dijabarkan sebagai indikator, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan.

Dalam penelitian ini, respon terhadap setiap item instrumen berkisar dari skor sangat positif hingga sangat negatif, dengan rentang skor sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Pada penelitian ini, kuesioner diberikan kepada jemaah umrah PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi. Dalam tahun 2023, PT. Shiddiq Amanah Kota Cimahi menggunakan kuesioner ini untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan kepada jemaah umrah.

7. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Riyanto (2017) menyatakan bahwa uji validitas adalah proses untuk mengevaluasi kemampuan instrumen untuk mengukur apa yang seharusnya diukurnya. Konsep ini di gunakan untuk mengevaluasi seberapa akurat kuesioner itu sendiri atau apakah item skala poin yang disertakan dalam kuesioner tersebut cocok untuk mengukur apa yang diinginkan. Oleh karena itu, seorang peneliti yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data perlu memastikan bahwa kuesioner yang dibuat harus mampu mengukur dengan tepat apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas kuesioner, peneliti menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Berikut adalah standar penelitian untuk uji validitas:

- 1) Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

b. **Reliabilitas**

Reliabilitas adalah evaluasi terhadap konsistensi suatu metrik, yang mengindikasikan apakah metrik tersebut dapat dipercaya dan konsisten dalam pengukuran yang dilakukan, nilai *cronbach alpha* dievaluasi berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,06$ maka instrumen tersebut dianggap reliabel.
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,06$ maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel.

8. **Teknik Analisis Data**

a. **Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2013) uji normalitas ini digunakan untuk menentukan apakah data model regresi memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi sebaran data dari variabel penelitian. Data yang memiliki distribusi normal adalah data yang ideal untuk digunakan dalam penelitian. Normalitas data dapat diperiksa dengan melihat kurva plot probabilitas. Jika pola penyebaran datanya membentuk garis diagonal pada kurva ini, maka variabel tersebut dianggap mengikuti distribusi normal.

b. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketimpangan varian antara pengamatan residual dengan pengamatan

lainnya. Heteroskedastisitas terjadi ketika model regresi tidak sama. Glejser digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi jika setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap residu absolut $> 0,05$. (Ghozali, 2013)

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menilai apakah terdapat korelasi antara gangguan dalam model regresi pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Dalam model regresi yang baik, diharapkan tidak terdapat auto korelasi, yaitu tidak ada korelasi yang signifikan antara kesalahan pada waktu sebelumnya dengan gangguan pada saat ini. (Ghozali, 2013)

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode yang dikenal sebagai regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, lebih khusus lagi variabel independen digunakan untuk memproyeksikan variabel dependen. Metode regresi linear sederhana ini digunakan untuk memproyeksikan atau mengestimasi hubungan antara variabel X dan variabel Y , dan sebaliknya. Rumus regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + Bx$$

Dimana :

Y adalah variabel dependen

X adalah variabel independen

a adalah *intercept* yang menunjukkan nilai Y ketika $X = 0$

b adalah koefisien regresi yang menunjukkan seberapa banyak Y berubah saat X bertambah satu satuan

e. **Uji F (Simultan)**

Pengujian secara simultan pada dasarnya melibatkan semua variabel independen, yaitu kepuasan jemaah yang dimasukkan dalam model sebagai variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan. Hipotesis nol (H_0) yang diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol.

- 1) H_0 : tidak terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat.
- 2) H_1 : terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat.

f. **Uji T (Parsial)**

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi dari masing-masing koefisien regresi dalam sebuah model regresi linear. Tujuan dari penelitian ini adalah tidak hanya untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, tetapi juga untuk menentukan apakah hipotesis yang terkait diterima atau ditolak. Derajat kebebasan (df)

uji t adalah $(n-k-1)$ dengan n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel dependen dalam model regresi. Nilai t hitung untuk setiap koefisien regresi dibandingkan dengan nilai t tabel taraf signifikansi 5%.

- 1) Jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel $(n-k-1)$, maka H_0 diterima artinya variabel independen dan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel independen.
- 2) Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel $(n-k-1)$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

g. Koefisien Determinasi (R – Square)

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Kualitas pelayanan adalah variabel independen, yang mencakup (bukti fisik, keandalan, daya tanggap jaminan dan empati), dan variabel dependen, adalah kepuasan jemaah (termasuk kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan). Koefisien determinasi memberikan gambaran tentang seberapa besar variasi dalam kepuasan jemaah dapat dijelaskan oleh variasi dalam kualitas pelayanan, berdasarkan perhitungan khusus. (Riyanto, 2017).