

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada bab IV dengan banyak sampel penelitian 200 jamaah umrah di Kota Padang. Maka jawaban dari rumus masalah yang ditemukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

5.1.1 Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah karena kepercayaan meningkatkan ekspektasi positif terhadap layanan yang diberikan oleh penyelenggara, mengurangi kecemasan dan ketidakpastian, serta memperkuat loyalitas jamaah. Ketika jamaah percaya bahwa penyelenggara dapat memberikan layanan yang sesuai dengan janji dan kebutuhan mereka, mereka lebih cenderung merasa puas dengan pengalaman mereka. Kepercayaan juga menciptakan hubungan emosional yang lebih dalam, yang membuat jamaah merasa dihargai dan terhubung dengan tujuan spiritual mereka, sehingga pengalaman ibadah mereka menjadi lebih memuaskan. Dengan demikian, kepercayaan menjadi penghubung penting yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan jamaah.

5.1.2 Berdasarkan hasil penelitian diungkapkan bahwa terdapat beberapa variable yang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah yaitu variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan experiential marketing hal ini menunjukkan pengaruh variable tersebut tidak begitu besar. Hal ini karena dalam penyelenggaraan ibadah umrah kepuasan dari jamaah terletak pada ibadah yang dilaksanakan di Baitullah, seperti kenyamanan dan keamanan dalam beribadah. Karena pada dasarnya jamaah melaksanakan umrah tidak begitu memperhatikan aspek

komersil lainnya, melainkan berfokus pada aspek spiritual dan rangkaian ibadah.

Pengaruh yang tidak kuat ini juga diakibatkan dari Bagi jamaah, fokus utama mereka adalah pada aspek ibadah, bukan pada pelayanan yang disediakan oleh penyelenggara, persepsi harga atau pun experiential marketing. Jamaah umrah lebih memprioritaskan kekhusyukan beribadah daripada kenyamanan atau pelayanan lainnya. Kesimpulannya, kepuasan jamaah umrah lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan aspek spiritual, perjalanan ibadah itu sendiri, serta pengalaman yang langsung berkaitan dengan kekhusyukan beribadah, daripada variabel-variabel yang lebih terkait dengan aspek komersial dan pelayanan.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademis

Secara akademis, penelitian ini berusaha untuk memperkaya informasi dan wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, *experiential marketing* terhadap kepuasan jamaah umrah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga memperkaya penelitian-penelitian terdahulu yaitu objek kajiannya adalah kepuasan jamaah umrah.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi Tour and Travel Haji dan Umrah untuk meningkatkan kualitas layanan, mengoptimalkan harga, dan merancang pengalaman pemasaran yang lebih baik yang akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan jamaah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja perusahaan dalam industri haji dan umrah.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

- 5.3.1 Pada penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan jasa, persepsi harga, *experiential marketing* terhadap kepuasan jamaah umrah dengan kepercayaan dan sebagai variabel mediasi. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel untuk mengukur kepuasan jamaah umrah seperti *brand image*, *price*, *Customer Experience*, *Religiusitas*. Peneliti selanjutnya dapat meluaskan ruang lingkup penelitian dengan menerapkan model yang sama di wilayah lain, terutama di wilayah dengan pasar umrah yang berkembang pesat. Perbandingan antar wilayah dapat memberikan wawasan tentang perbedaan dalam preferensi, budaya, dan persepsi pelanggan yang mempengaruhi hasil penelitian.
- 5.3.2 Bagi Tour and Travel Haji dan umrah sangat penting untuk melakukan evaluasi rutin terhadap kepuasan jamaah untuk mengetahui area yang perlu perbaikan dan area yang sudah baik. Serta Pengumpulan umpan balik jamaah juga penting untuk perbaikan berkelanjutan bagi tour and travel haji dan umrah

5.4 Keterbatasan Studi

- 5.4.1 Walaupun penelitian ini dapat dianggap telah memberikan gambaran mengenai kondisi pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, *experiential marketing* terhadap kepuasan jamaah umrah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, ada keterbatasan studi yaitu perlu diperhatikan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya mengambil objek di Kota Padang dengan dua kantor tour and travel, sehingga tidak dapat menggeneralisasi persepsi di wilayah lainnya sehingga kepada peneliti selanjutnya dapat memperluas serta menambah tempat penelitian yang akan dilakukan nantinya



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Rahmat, Idayanti Nursyamsi, and Musran Munizu. 2020. "Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable: Case Study on Go-Jek Makassar Consumers." 13(1):767–74. doi: 10.5220/0009505107670774.
- Abbas, Ersis Warmansyah, Jumriani Jumriani, Muhammad Rezky Noor Handy, Syaharuddin Syaharuddin, and Nadiatul Izmi. 2021. "Actualization of Religious Values through Religious Tourism on the River As a Source of Social Studies Learning." *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan* 13(3):1663–69. doi: 10.35445/alishlah.v13i3.1013.
- Abdul Gofur. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):37–44.
- Abdullah kadhim, Faris, Thaer F. Abdullah, and Mahir F. Abdullah. 2016. "Effects of Marketing Mix on Customer Satisfaction: Empirical Study on Tourism Industry in Malaysia." *International Journal of Applied Research* 2(2):357–60.
- Adhitya Yoga Prasetya, Dhian Andanarini Minar Savitri, and Budi Kurniawan. 2023. "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Ilmiah Research and Development Student* 1(1):202–19. doi: 10.59024/jis.v1i1.403.
- Adimah, Nurul, Mokh Irsyad, and Wawan Oktriawan. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Kantor Cabang Purwakarta)." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 3(2):177–94. doi: 10.52593/mtq.03.2.01.
- Adwimurti, Yudhistira, Selfiani, and Hendi Prihanto. 2022. "The Effect of Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction on Dafira Tour &

Travel.” *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences* 2(2):127–40. doi: 10.32509/mirshus.v2i2.40.

Agustin, Nurul, and Amron Amron. 2022. “Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop.” *Kinerja* 5(01):49–61. doi: 10.34005/kinerja.v5i01.2243.

Ali, Bayad Jamal, Bayar Gardi, Baban Jabbar Othman, Shahla Ali Ahmed, Nechirwan Burhan Ismael, Pshdar Abdalla Hamza, Hassan Mahmood Aziz, Bawan Yassin Sabir, Sarhang Sorguli, and Govand Anwar. 2021. “Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality.” *International Journal of Engineering, Business and Management* 5(3):14–28. doi: 10.22161/ije_bm.5.3.2.

Aminuddin Mohd Don Basari, Mohammad, and Mohd Farid Shamsudin. 2020. “Does Customer Satisfaction Matters?” *Journal of Undergraduate Social Science and Technology* 2(1):2710–6918.

Anggraeni, Ary, and Eka Wenats Wuryanta. 2020. “Industri Religi Pada Media Online.” *Communications* 2(2):61–73. doi: 10.21009/communications.2.2.4.

Anon. 2022. “AMPHURI.” *Redaksi At.*

Ardani, Mochammad, Dani Setiawan, Muhammad Misbachul Munir, and Shoimatul Fitria. 2022. “A Tale of Umrah Pilgrims Fraud in Indonesia: A Narrative Review Indicating and Anticipating ‘Fake Bureau.’” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 5(1):94–107. doi: 10.31538/ijse.v5i1.1702.

Arif, Firman Muhammad. 2019. “Penyelenggaraan Ibadah Umroh Berbasis Maslahat.” *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 4(1):22–39. doi: 10.24256/alw.v4i1.1180.

Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01):1–14. doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.

- Aulia Akbar. n.d. "Penipuan Travel Haji Dan Umrah Di Indonesia." *CNBC Indonesia*.
- Aulia, Tarisa, Larasati Ahluwalia, and Kemala Puji. 2023. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung." *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology* (2):58–69.
- Azlan, A., and M. Farid. 2020. "Why Customer Satisfaction in Important to Business?" *Social Science & Technology* 2(1):2710–6918.
- Bareksa. 2020. "Begini Historikal Jumlah Jemaah Dan Potensi Pasar Umroh Di Indonesia." *Bareksa*.
- Buddy, Tabroni, and Fahrudin Salim. 2019a. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 4(2):110–25.
- Buddy, Tabroni, and Fahrudin Salim. 2019b. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 4(2):110–25.
- Budiarno, Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19(02):226–33. doi: 10.25134/equi.v19i02.4531.
- Budiarsi, Sri Yunan. 2020. "Pendampingan Pengenalan Program Sem-Pls Pada Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Surabaya." *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):126–34.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. "Model

- Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace.”
Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial 3(1):211–24.
- Chandra, T., & Priyono. 2023. *Statistika Deskriptif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Chiang, Ai Hsuan, and Silvana Trimi. 2020. “Impacts of Service Robots on Service Quality.” *Service Business* 14(3):439–59. doi: 10.1007/s11628-020-00423-8.
- Chin, & W, W. 1998. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling* (G. A. Marcoulides (Ed.)). Lawrence Erlbaum Associatess.
- Chin W, Marcoulides G. 1998. “The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling.” *Advances in Hospitality and Leisure* 8 (2) (January 1998):5.
- Chin, Wynne W. 2010. *Handbook of Partial Least Squares*.
- CHULAFI MUHAMMAD IN’AMUL. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 2018 03(01).
- Crosignani, P. G., B. Brambati, and T. Nencioni. 1970. “Radioimmunoassay of Human Chorionic Gonadotropin and Human Placental Lactogen in Rh Immunized Pregnancies.” *Annali Di Ostetricia, Ginecologia, Medicina Perinatale* 92(8):517–21.
- D. Oosthuizen; J. Spowart. 2015. “The Relationship between Perceived Price and Consumers’ Purchase Intentions of Private Label Wine Brands.”
International Journal of Marketing Studies 4(42):31–36.
- Dam, Sao Mai, and Tri Cuong Dam. 2021. “Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.”
Journal of Asian Finance, Economics and Business 8(3):585–93. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585.

- Dani, Akhmad Anwar. 2018. "Problematika Pengelolaan Penyelenggaraan Umrah Di Kota Surakarta." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 12(1):23–45. doi: 10.15575/idajhs.v12i1.1903.
- Darmansah, Aprillia, and Sri Yanthy Yosepha. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya* 1(1):15–30.
- Diana, Sulis, Achwan Syahril, Dhonna Anggreni, and Fitria Edni Wari. 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien." *Journal of Telenursing (JOTING)* 5(2):3266–72. doi: 10.31539/joting.v5i2.7710.
- Edeh, Ejike, Wen-Juo Lo, and Jam Khojasteh. 2023. *Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Vol. 30.
- Fathurrahman, Reza, Zaenal Abidin, and Anisa Dwi Utami. 2021. "Public Service Satisfaction on Hajj-Related Services in Indonesia: Demographic Analysis." *Al-Muzara'Ah* 9(1):99–107. doi: 10.29244/jam.9.1.99-107.
- Fauzi, Baisyir, and Melani Quintania. 2021. "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." *Journal of Management Reviews* 5(1):621–31.
- Febriani, Wiarsih, and Sri Murtiasih. 2019. "Effects of Experiential Marketing, Emotion Marketing And Brand Trust on Satisfaction and Loyalty of Mobile Banking Users." *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 21(8):43–51. doi: 10.9790/487X-2108044351.
- Fifnanda, M. Zikrullah, Aris Risdiana, and Reza Bakhtiar Ramadhan. 2019. "Umrah Service Strategy Based on Experiential Marketing (Case Study of Amana Tour and Travel, Yogyakarta) Islamic Studies Journal for Social Transformation." *Umrah Service Strategy Based on Experiential*

Marketing... 69(1):69–89. doi: 10.28918/isjoust.v3i1.1950.

- Githiri, Margaret. 2018. “An Examination of the Relationship between Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction and Loyalty in Kenyan Star-Rated Restaurants.” *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* 6(10):763–70. doi: 10.18535/ijssrm/v6i10.em06.
- Gustari, Dika Ayu, and Dewi Manda Angraini. 2024. “Pengaruh Kepercayaan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umroh Pada PT . Al Shafwah.” 4:96–106.
- H. Afri Eki Rizal, S.T., M. .. 2021. *Jangan HAJI / UMRAH Dulu*. Bandung: CV Oman Publishing.
- Hair, Joseph F, Sarstedt, Marko, Ringle, & M, C. 2017. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. September.
- Hair, J. F. H., J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle. 2018. “The Results of PLS-SEM Article Information.” *European Business Review* 31(1):2–24.
- Hair, J., C. L. Hollingsworth, A. B. Randolph, and ... 2017. “An Updated and Expanded Assessment of PLS-SEM in Information Systems Research.” ... *Management & data* doi: 10.1108/IMDS-04-2016-0130.
- Hair Jr., J. F., R. E. Anderson, B. J. Babin, and W. C. Black. 2019. “Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis.” *Book* 87(4):611–28.
- Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*(L.Simarmata (Ed.)). Erlangga.
- Haryanti, Nik, Prim Masrokan Mutohar, Mujamil Qomar, and Asrop Syafi'i. 2022. “The Influence Of Experiential Marketing (Sense Marketing, Feel Marketing, Think Marketing, Act Marketing) Against The Quality Of The College Of Religious Islam Negeri (PTKIN) In East Java Indonesia.” *International Journal of Science, Technology & Management* 3(2):430–42. doi: 10.46729/ijstm.v3i2.464.

- Hasna, Fadhilah, Nor Lailla, and Hasanah. 2023. "Analisis Hubungan Experiential Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan Paylater Shopee." *Bridging: Journal of Islamic Digital Economic and Management* 1(1):320–35.
- Hayati, Sri, Agus Suroso, Suliyanto, and M. Elfan Kaukab. 2020. "Customer Satisfaction as a Mediation between Micro Banking Image, Customer Relationship and Customer Loyalty." *Management Science Letters* 10(11):2561–70. doi: 10.5267/j.msl.2020.3.039.
- Herlambang, Galih Wira Dinata. 2024. *Tersandung Kasus Penipuan Dan Penggelapan, Pemilik Travel Goldy Mixalmina Kudus Terancam Hukuman Empat Tahun Penjara*. Kudus.
- Humam, Rahayu Lestari, and Andini Nurwulandari. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Qonita Property Depok." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(4):1929–39.
- Ilmy, Rizky Maidan. 2020. "Service Quality, Brand Image and Its Impact on Customer Satisfaction Levels of Umrah Rabbanitour Travel in Bandung, West Java." *Review of Islamic Economics and Finance* 3(2):109–16. doi: 10.17509/rief.v3i2.30580.
- Indriyani, Susi, and Aprilia Hari Purnama. 2021. "Experiential Marketing Strategy to Enhance The Interest of Visitors Of Liwa Botanical Garden." *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)* 1(3):116–23. doi: 10.32734/jomas.v1i3.6845.
- J.F. Hair, W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, and R.L. Tatham. 2010. "Multivariate Data Analysis." 761.
- Jasin, Mochammad, and Arif Firmansyah. 2023. "The Role of Service Quality and Marketing Mix on Customer Satisfaction and Repurchase Intention of SMEs Products." *Uncertain Supply Chain Management* 11(1):383–90. doi:

10.5267/j.uscm.2022.9.004.

- Javed, Sara, Md. Salamun Rashidin, and Wang Jian. 2021. "Predictors and Outcome of Customer Satisfaction: Moderating Effect of Social Trust and Corporate Social Responsibility." *Future Business Journal* 7(1):1–18. doi: 10.1186/s43093-021-00055-y.
- Jaya, I. 2019. *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan*. (1st ed.). Kencana.
- Jiang, Pingjun, and Bert Rosenbloom. 2005. "Customer Intention to Return Online: Price Perception, Attribute-Level Performance, and Satisfaction Unfolding over Time." *European Journal of Marketing* 39(1–2):150–74. doi: 10.1108/03090560510572061.
- Junior, Oscar Marco Sanny, William A. Areros, and Riane J. Pio. 2019. "Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2):1. doi: 10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9.
- Kalender, Yunus, and Berna Tari Kasnakoglu. 2022. "Understanding Hajj Travel: A Dynamic Identity Perspective." *Journal of Tourism and Cultural Change* 20(4):565–82. doi: 10.1080/14766825.2021.1953046.
- Kasinem, Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17(4):329. doi: 10.31851/jmwe.v17i4.5096.
- Kevin Reno Reynard Olii dan Nyoman Nurcaya. 2018. "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Tiket Pesawat Pada PT Jasa Nusa Wisata Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8).
- Konuk, Faruk Anıl. 2018. "Price Fairness, Satisfaction, and Trust as Antecedents of Purchase Intentions towards Organic Food." *Journal of Consumer Behaviour* 17(2):141–48. doi: 10.1002/cb.1697.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2010. "Marketing Management." P. 52 in *Ebook of Marketing Management 13th Edition*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. United Kingdom: Prentice Hall.
- Kurniawati, Tyas, Bambang Irawan, and Adi Prasodjo. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember." *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 6(2):147. doi: 10.19184/ejeba.v6i2.11159.
- Mahardhika, Dhimas, and Adi Nurmahdi. 2023. "Analysis of Price Perception, Brand Awareness, Delivery Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study on Consumers of Menantea Products in Pajajaran, Bogor)." *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science* 4(3):323–34.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(6).
- Muazaroh, Nailahtul, Rizky Eka Febriansah, and Lilik Indayani. 2024. "Ekonomis : Journal of Economics and Business Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan." 8(2):1832–39. doi: 10.33087/ekonomis.v8i2.1775.
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (. 2019. "Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen GrabBike Online Di Kota Malang)." . . *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 8(10).
- Muliati, Muliati, Mochtar Lutfi, Hermawaty Remba Kasim, Vebby Anwar, and Dwi Putri. 2023. "Analysis Of Promotion and Service Quality on Customer Satisfaction at The Center Of Hajj and Umrah Souvenirs Bin Daud

- Makassar.” *Return: Study of Management, Economic and Bussines* 2(7):669–83.
- Nadhifah, N. 2021. “Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Citra Kreasi” *Soetomo Business Review* 2:267–78.
- Naini, Nurul Fitriani, Sugeng Santoso, Tanti Stevany Andriani, Unique Gita Claudia, and Nurfadillah. 2022. “The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty.” *Journal of Consumer Sciences* 7(1):34–50. doi: 10.29244/jcs.7.1.34-50.
- Nanggong, Ardiwansyah, Putra Reski Hiola, and Syaiful Pakaya. 2022. “The Experience and Religiosity toward Tourist Satisfaction: The Case of Umrah Pilgrimage.” *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 5(2):209–18.
- Ni Luh Nurkariani. 2022. “Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.” *Artha Satya Dharma* 15(1):27–32. doi: 10.55822/asd.v15i1.238.
- Noor, J. 2017. *Metodologi Penelitian*. KENCANA.
- Nur 'ain, Afifah, and Linda Nur Susila. 2021. “The Effect Of Service Quality And Product Quality On Loyalty Electronic Money In Sukoharjo With Satisfaction and Trust As Intervening Variables.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 6(2):46–55.
- Nurhadi, Nurhadi. 2020. “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah.” *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2(2):137. doi: 10.14421/ekbis.2018.2.2.1100.
- Nurjanah, Putri, and Universitas Pasundan. 2020. “Experiential Marketing Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention Dan Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 13(2):76–83. doi: 10.23969/jrbm.v13i2.3850.

- Othman, Bestoon Abdulmaged, Amran Harun, Wiryana Najm Rashid, Safdar Nazeer, Abdul Wahid Mohd Kassim, and Kadhim Ghaffar Kadhim. 2019. "The Influences of Service Marketing Mix on Customer Loyalty towards Umrah Travel Agents: Evidence from Malaysia." *Management Science Letters* 9(6):865–76. doi: 10.5267/j.msl.2019.3.002.
- Othman, Bestoon, Amran Harun, Wiryana Rashid, and Raman Ali. 2019. "The Impact of Umrah Service Quality on Customer Satisfaction towards Umrah Travel Agents in Malaysia." *Management Science Letters* 9(11):1763–72. doi: 10.5267/j.msl.2019.6.014.
- Palelu, David Reynaldi Gunawan, Willem J. F. Tumbuan Tumbuan, and Rotinsulu Jopie Jorie. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang." *Emba* 10(1):68–77.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]." *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Parakkasi, Idris, and Kamiruddin Kamiruddin. 2018. "Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam." *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam* 5(1):107–20. doi: 10.24252/laamaisyir.v5i1a5.
- Pasi, Livia Nita Karina, and Budi Sudaryanto. 2021. "Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening." *Diponegoro Journal of Management* 10(3):1–12.
- Pitaya, Pitaya, Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makhasi, and Mohd Hafiz Hanafiah. 2021. "Not Only About Price but Also Lifestyle: Recent Phenomena of Backpacker Umrah In Indonesia." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 12(1):75–96. doi: 10.21580/economica.2021.12.1.7038.

- Purwasih, R., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kafe Batavia Padang." *E-Journal Home Economic and Tourism* 16(1).
- Putera, Akhmad Darma, Juhriyansyah Dalle, and Muhammad Riduansyah Syafari. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin." *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 10(2):1. doi: 10.20527/jbp.v10i2.10952.
- Putra, Rio. 2021. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(4):516–24. doi: 10.31933/jemsi.v2i4.461.
- Putri, Kartika Anggraeni Sudiono, Amelindha Vania, and Nur Laili Fikriah. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Ukm Kharisma Sejahtera." *Journal Industrial Engineering & Management Research* 1(2):140–52.
- Rahmawaty, Anita. 2018. "The Role of Sharia Marketing in Increasing Customer Loyalty (An Empirical Study of BMT in Kudus Regency)." *Iqtishadia* 11(2):285. doi: 10.21043/iqtishadia.v11i2.3728.
- Raiyan, Muhammad, and M. Ridha Siregar. 2021. "Pengaruh Persepsi Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek Di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 6(1):150–64.
- Ramadhani, Marina, Muhammad Alhada, Fuadilah Habib, and Adelina Fitri. 2021. "Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy PELANGGARAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM MEKANISME WHOLESALER PENJUALAN TIKET

PENERBANGAN IBADAH UMRAH (Studi Kasus Pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.).” | 171(2):2776–7434.

Ridha, Mohammad, and Rana Harris. 2020. “Service Quality Related to Customer Satisfaction with Umrah Worship Package Preparation at PT. Marco Tour and Travel Jakarta: Spearman’s Correlation Coefficient.” 426(Icvhe 2018):1–8. doi: 10.2991/assehr.k.200331.113.

Al Ridho, Muhammad Aldi. 2021. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya).” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10(6):1–13.

Rofie, Mohamad Khadafi Hj, Muhamad Amar Mahmad, Nor Hanani Ismail, and Shukri Ahmad. 2021. “Management of Umrah Package Operations: An Analysis of Umrah Operating Companies Experience.” *Central Asia and the Caucasus* 22(5):60–65. doi: 10.37178/ca-c.21.5.07.

Ronasih, Marida Yulia, and Hardani Widhiastuti. 2021. “Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.” *PHILANTHROPY: Journal of Psychology* 5(1):109. doi:10.26623/philanthropy.v5i1.3303.

Rosida Hasbiran Dani, Riyan Sisiawan Putra. 2022. “Dalam Pelayanan Umrah.” *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pelayanan Umrah* 2(1):45–50.

Rosyadi, Imam, Fenilinas Adi Adi Artanto, and M. Yusuf Febrianto. 2021. “Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di RTO Dengan Structural Equation Modeling (SEM) Dan Partial Least Square (PLS).” *Indonesian Journal of Strategic Management* 4(1). doi: 10.25134/ijsm.v4i1.5287.

Ruwiah, Wiwi. 2023. “The Influence of Jama’ah Trust and Company Image on the Satisfaction of Jama’ah Umrah Hajj Travel Arminareka.” *Indonesian*

Journal of Multidisciplinary Science 2(4):2377–83. doi:
10.55324/ijoms.v2i4.427.

Safitri, Annisa, Fatimatu Zahroh, Rafi Naufaliadi, Ramadhon Tricahyo Nugroho, Mohammad Sofyan, Nur Fitri Rahmawati, and Anita Maulina. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen.” *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management* 2(2):470–78. doi: 10.53363/buss.v2i2.99.

Samula, Isa Leluni. n.d. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Dengan Mediasi Kepercayaan (Studi Kasus Pada Suraloka Zoo) Program Magister Manajemen STIE Bank BPD Jateng Abstrak Tujuan Penelitian Adalah Menganalisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap.” 1–11.

Sapitri, Eka, Iha Hayani, Kata Kunci, Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, and Loyalitas Pelanggan. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby Di DKI Jakarta).” *J. Mandiri* 4(2):231–40.

Sari, Risa Arsita, Nurul Fadilah Aswar, and Annisa Paramaswary Aslam. 2023. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar.” *Jurnal Manajemen* 2(2):119. doi: 10.26858/jm.v2i2.42329.

Sawitri, Dyah, Wisma Miftahur Rozi, Gendut Budi Wahyono, and Eko Budi Siswandoyo. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Kualitas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Purnama Dimediasi Oleh Kepercayaan.” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1(4):497–509. doi: 10.31842/jurnal-inobis.v1i4.54.

Schmitt, Bernd. 1999. “Experiential Marketing.” *Journal of Marketing Management* 15(1–3):53–67. doi: 10.1362/026725799784870496.

- Semuel, Hatane, and Andrew Sutanto. 2020. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Moderasi Pada Penggunaan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 1:1–9.
- Siagian, Mei Veronika Sriendang. 2023. "Analisis Experiential Marketing Terhadap Intervening Variabel Pada Restoran Calista Binjai." 1(102):83–91.
- Simbolon, Nisya Nainita, and Imsar. 2021. "Manajemen Pelayanan Haji Dan Umroh Di Kantor Kementerian Agama Sumatera Utara." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5(3):8929–36.
- Sirdeshmukh, Deepak, Jagdip Singh, and Barry Sabol. 2002. "Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges." *Journal of Marketing* 66(1):15–37. doi: 10.1509/jmkg.66.1.15.18449.
- Sitorus, Tigor, and Milawati Yustisia. 2018. "The Influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction." *International Journal for Quality Research* 12(3):639–54. doi: 10.18421/IJQR12.03-06.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudirman, Acai, Fitria Halim, and Robetmi Jumpakita Pinem. 2020. "Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3(3):66. doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.4822.
- Sudirman, Sudirman, Darmiati Darmiati, and Abdul Rahman. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening." *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 19(3):640–50. doi: 10.29264/jakt.v19i3.11805.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suhesti, Deni Tri, Nisha Firda Amalia, and Rizka Ertama. 2021. "Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal." *SEMJ Sharia Economic Management Bussiness Journal* 2(1):24–42.
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. 2021. *Statistik Ekonomi 1*. Zahir Publishing.
- Supertini, Ni Putu Sri, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2(1):61. doi: 10.23887/pjmb.v2i1.26201.
- Susanti, Febsri, Doni Marlius, and Suci Kahirumi. 2021. "Customer Satisfication Pada Pembelian Smartphone Samsung Dilihat Dari Trust In Brand, Brand Image Dan Word Of Mouth Di Sarana Smartphone Kota Solok." *Jurnal Pundi* 5(1):1–20. doi: 10.31575/jp.v5i1.307.
- Syafiq, Ahmad. 2019. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5(1):97–98. doi: <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.
- Syaka, Annisa Khodista, and Agus Mulyanto. 2019. "Analisis Perbandingan Sensitivitas AHP Dan WP Dalam Pemilihan Biro Perjalanan Umrah Di Yogyakarta." *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)* 3(3):38. doi: 10.14421/jiska.2019.33-04.
- Tantriana, Deasy, and Nujullah Hanif Fauziah. 2018. "Analisis Strategi Integrated Marketing Dan Islamic Experiential Marketing Produk Simpanan Kencleng

- Koperasi Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Anggota Pada Koperasi Syariah (Kopsyah) Manfaat Surabaya.” *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 8(1):1565–76. doi: 10.15642/elqist.2018.8.1.1565-1576.
- Tijjjang, Bakhtiar. 2020. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Amsir Management Journal* 1(1):46–58. doi: 10.56341/amj.v1i1.202.
- Tirtayasa, Satria, Anggita Putri Lubis, and Hazmanan Khair. 2021. “Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 5(1):67. doi: 10.33603/jibm.v5i1.4929.
- Tjahjaningsih, Endang, Suzy Widyasari, Ali Maskur, and Lingga Kusuma. 2021. “The Effect of Customer Experience and Service Quality on Satisfaction in Increasing Loyalty.” *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)* 169(Icobame 2020):395–99. doi: 10.2991/acbmr.k.210311.079.
- tjiptono, chandra. 2010. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tobuhu, Mohammad Andika, Rizan Machmud, and Endi Rahman. 2022. “Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5(2):686–93.
- Trihudyatmanto, M. 2022a. “Jamasy :Customer Satisfaction: In Relationship With Product Quality To Customer Loyalty.” *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 2(2):1–15.
- Trihudyatmanto, M. 2022b. “Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.” 2:51–63.
- Udayana, Ida Bagus Nyoman, Agus Dwi Cahya, and Fransizka Ayu Kristiani. 2022. “PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN

KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada The Praja Coffee & Resto).” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business* 5(1):173–79. doi: 10.37481/sjr.v5i1.449.

Wariki, Grace, Lisbeth Mananeke, and Hendra Tawas. 2015. “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(2):1073–85. doi: 10.35794/emba.v3i2.9286.

Werdiasih, Rustina Dewi, Nandang Bakti Karnowati, and Yoana Yoana. 2022. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Inovasi Daerah* 1(1):48–57. doi: 10.56655/jid.v1i1.6.

Yamin, S. 2023. *SMARTPLS 3 SMARTPLS 4 (A. Rasyid (Ed.); III)*. PT Dewangga Energi Internasional. www.dewanggapublishing.com.

Yanti Febrini, Irma, Retno Widowati PA, and Misbahul Anwar. 2019. “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 10(1):35–54. doi: 10.18196/mb.10167.

Yuningsih, Erni, Dwi Gemina, and Endang Silaningsih. 2021. “Analisis Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Pariwisata.” *Jurnal Multidisiplin Madani* 1(3):319–40. doi: 10.54259/mudima.v1i3.276.

Yusuf, Ramayani, Heny Hendawati, and Lili Adi Wibowo. 2020. “Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1(2):506–15. doi: 10.38035/JMPIS.

Zhong, Yongping, and Hee Cheol Moon. 2020. “What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China?”

Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender.” *Foods* 9(4). doi: 10.3390/foods9040460.

Zulfila, Zulfila. 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):62–71. doi: 10.58290/jmbo.v1i2.18.

