

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR, HARGA DAN DIFERENSIASI
PAKET DALAM KOMODIFIKASI IBADAH UMRAH TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN DI KOTA PADANG**

TESIS

*“Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister
Prodi Ekonomi Syariah”*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Disusun Oleh:

**Helin Syafitri
NIM. 2420030016**

**PROGRAM PASCASARJANA EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
TAHUN 1447 H/2026 M**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa sejauh yang diketahui, dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi. Sepengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, melainkan yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar kepustakaan.

Padang, 03 Februari 2026

Yang Membuat pernyataan



Helin Syafitri
2420030016

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Helin Syafitri

NIM : 2420030016

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : **Analisis Segmentasi Pasar, Harga dan Diferensiasi Paket
Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi
Konsumen Di Kota Padang**

Dengan ini menyatakan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis pada Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.

Padang, 03 Februari 2026

Yang Membuat pernyataan



Helin Syafitri
2420030016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar, Harga Dan Diferensiasi Paket Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen Di Kota Padang” disusun oleh **Helin Syafitri**, NIM: 242003016, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Pascasarjana perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui oleh pembimbing untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E)

Padang, 12 Februari 2026

Pembimbing 1



Prof. Dr. Muchlis Bahar, Lc, M.Ag
NIP. 195901271992031001

Pembimbing 2



Dr. H. Hari Candra, M.A
NIP. 197906242009121004

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah tesis dengan judul “Analisis Segmentasi Pasar Pada Harga Dan Diferensiasi Paket Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen Di Kota Padang” yang disusun oleh: Helin Syafitir, NIM. 2420030016. Program Studi Ekonomi Syari’ah Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diperbaiki sebagaimana kritikan dan saran dari Tim Penguji Sidang Munaqasyah pada tanggal 9 Februari 2026.

Disahkan Di : Padang
Tanggal : 12 Februari 2026

Tim Penguji Sidang Munaqasyah

Dr. Fitra Nelli, M.Ag
Penguji I/Ketua



Helmalia, S.E.,MM
Penguji II/Sekretaris

Prof. Ahmad Wira, M.Si.,M.Ag.,Ph.D
Penguji III



Dr. Meirison, M.Ag
Penguji IV



Prof. Dr. Muchlis Bahar, LC
Penguji V/Pembimbing I



Dr. Hari Candra, M.A
Penguji VI/Pembimbing II



Mengetahui,
Ketua Pascasarjana

Prof. Ahmad Wira, M.Si.,M.Ag.,Ph.D
197112011996031002

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur *Alhamdulillah* kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dan Pendidikan di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.. Kemudian Sholawat beriringkan salam senantiasa kita mohonkan kepada-Nya agar selalu tercurah kepada junjungan kita, yakni Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah-Nya kepada kita sehingga menjadikan kita sebagai manusia yang beradab dan berilmu pengetahuan.

Tesis ini di susun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah untuk mencapai gelar Magister Ekonomi. Adapun judul Tesis ini adalah “**Analisis Segmentasi Pasar, Harga Dan Diferensiasi Paket Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen Di Kota Padang**”. Tesis ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Secara khusus, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah membantu:

1. Ibu **Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M.Pd** selaku Rektor UIN Imam Bonjol Padang
2. Bapak **Prof. Ahmad Wira, M.Si.,M.Ag.,Ph.D** selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang
3. Ibu **Dr. Fitra Nelli, M.Ag** selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Ekonomi Syariah dan Ibu **Helmalia, S.E, M.M** selaku Sekretaris Prodi yang telah membantu penulis dalam aspek akademik dan administrasi selama masa studi hingga penyelesaian tesis ini
4. Bapak **Prof. Ahmad Wira, M.Si.,M.Ag.,Ph.D** dan Bapak **Dr. Meirisonn, M.Ag** selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun guna penyempurnaan tesis ini.

5. Bapak **Prof. Muchlis Bahar, LC** selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
6. Bapak **Dr. Hari Candra, M.A** selaku Dosen Pembimbing 2, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan secara intensif selama proses penyusunan tesis ini.
7. Seluruh dosen dan staf akademik yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pelayanan selama penulis menempuh pendidikan pada jenjang magister.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, **Ayahanda Arman** dan **Ibunda Armina**, terima kasih atas cinta yang tak pernah bersyarat, doa yang tak pernah putus, dan pengorbanan yang tak pernah diminta untuk dibalas. Setiap lelah yang penulis rasakan, setiap ragu yang sempat hadir, selalu dikuatkan oleh ketulusan dan kesabaran Ayah dan Ibu. Langkah penulis hingga sampai pada titik ini bukanlah semata hasil usaha pribadi, melainkan buah dari keikhlasan, restu, dan perjuangan orang tua yang senantiasa mengiringi dalam diam. Semoga setiap doa yang dipanjatkan dan setiap pengorbanan yang diberikan menjadi amal kebaikan yang tak terputus dan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.
9. Kepada abang-abang dan kakak tercinta, **Abdul Rahim, Ahmad Marzuki Arfandi, dan Nurhidayati Arfa**, serta adik-adikku tersayang **Melhanifa Saputri, Muhammad Aril Pebrihan, Damar Reski Hidayat, dan Farid Azka**, terima kasih atas dukungan, doa, dan kebersamaan yang selalu menguatkan penulis dalam setiap proses yang dijalani. Kehadiran kalian, baik dalam bentuk perhatian, candaan, maupun nasihat, menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendiri. Dan untuk ponakan kesayangan penulis, **Ikhsanul Habib** dan **Bintang Mumtadz**, terima kasih telah menghadirkan tawa, keceriaan, dan energi positif yang sering kali menjadi penyegar di tengah lelahnya proses penyusunan tesis ini.
10. Kepada teman-teman seangkatan dan seperjuangan S2, serta sahabat-sahabat penulis di kampung halaman, terima kasih atas dukungan, doa, dan kebersamaan yang tak pernah putus. Percakapan sederhana, perhatian kecil,

dan kehadiran kalian baik secara langsung maupun dari kejauhan menjadi penguat dan pengingat bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan perjalanan akademik ini.

11. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, yang telah memilih untuk tetap berdiri dan melangkah meski tanpa bergantung pada hubungan yang bernama pasangan. Terima kasih atas keteguhan, kedisiplinan, dan keberanian dalam menjalani setiap proses, serta atas seluruh perjuangan yang telah ditempuh hingga sampai pada titik ini. Dalam sunyi, penulis belajar menguatkan diri, mengelola luka tanpa menjadikannya alasan untuk berhenti, dan menjadikan kesendirian sebagai ruang untuk bertumbuh. Perjalanan ini adalah bukti bahwa penulis mampu menyelesaikan tanggung jawab akademik dengan kemandirian, keteguhan, dan komitmen terhadap masa depan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Tesis ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi diri penulis pribadi dan para pembaca. *Aamiin Yaa Rabbal Aalaamiin*

Wassalamualaikum Wr.Wb

Padang, 10 Februari 2026
Penulis,



Helin Syafitri
NIM.2420030016

ABSTRAK

Perkembangan layanan perjalanan ibadah umrah menunjukkan adanya kecenderungan komodifikasi, di mana layanan dikemas melalui strategi segmentasi pasar, penetapan harga, dan diferensiasi paket untuk menyesuaikan kebutuhan serta daya beli jamaah. Kondisi ini membentuk cara konsumen mengevaluasi nilai layanan dan menentukan pilihan paket umrah. Penelitian ini berangkat dari teori perilaku konsumen dan teori utilitas yang menjelaskan bahwa preferensi terbentuk melalui penilaian manfaat rasional dan emosional atas suatu layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh segmentasi pasar, harga, dan diferensiasi paket dalam komodifikasi ibadah umrah terhadap preferensi konsumen di Kota Padang, dengan pengendalian karakteristik responden. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 200 responden yang telah melaksanakan ibadah umrah dalam dua tahun terakhir di Kota Padang. Variabel yang dianalisis meliputi segmentasi pasar, harga, dan diferensiasi paket sebagai variabel independen, preferensi konsumen sebagai variabel dependen, serta jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, pengalaman umrah, dan jenis paket sebagai variabel kontrol. Analisis dilakukan menggunakan regresi multinomial logistik dengan bantuan perangkat lunak Stata 17 untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa segmentasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap probabilitas konsumen berada pada kategori preferensi tinggi, menandakan bahwa kesesuaian layanan dengan karakteristik dan kebutuhan segmen menjadi faktor penentu dalam pemilihan paket umrah. Sebaliknya, variabel harga dan diferensiasi paket tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, yang mengindikasikan bahwa konsumen tidak menjadikan perbedaan harga dan variasi paket sebagai pertimbangan utama ketika dinilai secara terpisah. Namun, pengujian simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga keputusan pemilihan paket umrah lebih ditentukan oleh kombinasi strategi layanan daripada satu atribut tunggal. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan segmentasi yang tepat dan integrasi nilai layanan menjadi kunci dalam memperkuat preferensi konsumen.

Kata kunci: Segmentasi Pasar, Harga, Diferensiasi Paket, Preferensi konsumen, Komodifikasi

ABSTRACT

The development of Umrah pilgrimage travel services has shown a growing tendency toward commodification, in which services are packaged through market segmentation strategies, pricing schemes, and package differentiation to accommodate pilgrims' needs and purchasing power. This condition shapes how consumers evaluate service value and determine their choice of Umrah packages. This study is grounded in consumer behavior theory and utility theory, which explain that preferences are formed through rational and emotional evaluations of the benefits derived from a service. The purpose of this study is to analyze the effects of market segmentation, price, and package differentiation in the commodification of Umrah services on consumer preferences in Padang City, while controlling for respondent characteristics. The research data were collected through a questionnaire survey administered to 200 respondents who had performed Umrah within the last two years in Padang City. The variables analyzed include market segmentation, price, and package differentiation as independent variables; consumer preference as the dependent variable; and gender, occupation, income, Umrah experience, and type of package as control variables. Data analysis was conducted using multinomial logistic regression with the assistance of Stata 17 software to examine both partial and simultaneous effects among variables. The results indicate that market segmentation has a positive and significant effect on the probability of consumers belonging to the high-preference category, suggesting that the alignment of services with segment characteristics and needs is a key determinant in Umrah package selection. In contrast, price and package differentiation do not show significant partial effects, indicating that consumers do not consider price differences and package variations as primary factors when evaluated independently. However, simultaneous testing reveals that all three variables jointly have a significant effect on consumer preferences, implying that Umrah package selection decisions are more strongly influenced by a combination of service strategies rather than by a single attribute. These findings emphasize that an appropriate segmentation approach and the integration of service value are crucial in strengthening consumer preferences.

Keywords: *Market Segmentation, Price, Package Differentiation, Consumer Preference, Commodification*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN LITERATURE REVIEW	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Preferensi Konsumen Pada Layanan Ibadah Umrah.....	11
2.1.2 Segmentasi Pasar Dalam Industri Ibadah Umrah.....	22
2.1.3 Komodifikasi Ibadah Pada Layanan Umrah	27
2.2 Literatur Review	40
2.2.1 Preferensi Konsumen pada Layanan Umrah.....	40
2.2.2 Segmentasi Pasar Konsumen Pada Industri Ibadah Umrah	43
2.2.3 Komodifikasi Ibadah Berdasarkan Harga dan Diferensiasi Paket Umrah.....	46
2.3 Hubungan Variabel.....	49
2.3.1 Hubungan antara Segmentasi Pasar dan Preferensi Konsumen	49
2.3.2 Hubungan antara Harga dan Preferensi Konsumen	50
2.3.3 Hubungan antara Diferensiasi Paket terhadap Preferensi Konsumen	51
2.3.4 Hubungan antara Segmentasi Pasar, Harga, Diferensiasi Paket dan Preferensi Konsumen.....	52
2.4 Kerangka Berfikir	53
2.5 Hipotesis	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	56
3.1 Jenis dan Ruang Lingkup Penelitian	56

3.2	Populasi Dan Sampel.....	57
3.2.1	Populasi.....	57
3.2.2	Sampel.....	57
3.3	Sumber Data Penelitian	59
3.3.1	Data Primer	59
3.3.2	Data Sekunder	59
3.4	Teknik Pengumpulan Data	60
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	61
3.5.1	Variabel Independen (X).....	61
3.5.2	Variabel Dependen (Y)	62
3.5.3	Variabel Kontrol/ Karakteristik Responden (Z).....	63
3.6	Instrumen Penelitian	65
3.7	Teknik Analisis Penelitian.....	66
3.7.1	Statistik Deskriptif	66
3.7.2	Uji Multikolinearitas	67
3.7.3	Regresi Multinomial Logistik	67
3.7.4	Uji Kelayakan Model	68
3.7.5	Uji Signifikansi (Uji Wald).....	71
3.7.6	Relative Risk Ratio (RRR).....	71
3.7.7	Marginal Effect	71
3.7.8	Uji Hipotesis	72
3.8	Perangkat Analisis Data (Stata).....	72
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	74
4.2	Deskripsi Responden	75
4.2.1	Usia Responden.....	76
4.2.2	Jenis Kelamin Responden	77
4.2.3	Jenis Pekerjaan Responden	78
4.2.4	Pengalaman Umrah Responden	79
4.2.5	Jenis Paket.....	81
4.3	Statistik Deskriptif	82
4.4	Uji Multikolinearitas.....	85
4.5	Uji Kelayakan Model Regresi Multinomial Logistik	87
4.5.1	<i>Likelihood Ratio</i> (LR) Test	87
4.5.2	<i>Goodness of Fit</i> / Log Likelihood	88
4.5.3	Pseudo R-Square	89
4.6	Analisis Model Regresi Multinomial Logistik	90
4.6.1	Logit 1 (Preferensi Sedang/ <i>middle preference</i>)	92
4.6.2	Logit 2 (Preferensi Tinggi/ High Preference)	95
4.7	Marginal Effect.....	98

4.8 Uji Hipotesis	101
4.9 Pembahasan	102
4.9.1 Pengaruh Segmentasi Pasar Dalam Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen di Kota Padang.....	103
4.9.2 Pengaruh Harga Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen di Kota Padang	106
4.9.3 Pengaruh Diferensiasi Paket Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Terhadap Preferensi Konsumen di Kota Padang	110
4.9.4 Pengaruh Segmentasi Pasar, Harga, dan Diferensiasi Paket Dalam Komodifikasi Ibadah Umrah Secara Bersamaan Terhadap Preferensi Konsumen di Kota Padang	113
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	118
5.3 Implikasi	119
5.4 Keterbatasan Penelitian	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Varaiabel Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	62
Tabel 3.2	Defenisi Operasional Variabel Kontrol.....	64
Tabel 3.3	Skala Rating	65
Tabel 4.1	Statistik Deskrptif.....	83
Tabel 4.2	Output Uji <i>Multikolinearitas</i> (VIF).....	86
Tabel 4.3	LR Test.....	88
Tabel 4.4	Goodness of Fit	89
Tabel 4.5	Pseudo R-square.....	90
Tabel 4.6	Hasil Regresi Multinomial Logistik.....	92
Tabel 4.7	<i>Marginal Effect</i>	99
Tabel 4.8	Uji Hipotesis.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	53
Gambar 4.1 Karakteristik Usia Responden	76
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	78
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	79
Gambar 4.4 Karakteristik Pengalaman Berangkat Umrah	80
Gambar 4.5 Jenis Paket Umrah	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 2 : Data Mentahan.....	134
Lampiran 3 : Data Olah STATA.....	137
Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian.....	139