

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jema'ah Umrah Pada PT Putra Duta Wisata Palembang

Alista Sulestri¹, Fifi Hasmawati², Emi Puspita Dewi³

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: asulestri@gmail.com¹, fifihasmawati@radenfatah.ac.id²,
emipuspitadewi@uin@radenfatah.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada jemaah umrah. Sebagai penyedia jasa perjalanan umrah, PT. Putra Duta Wisata Palembang dituntut untuk memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan jemaah selama mengikuti rangkaian perjalanan ibadah umrah. Kualitas pelayanan yang diterima jemaah menjadi salah satu hal yang dapat memengaruhi penilaian dan tingkat kepuasan yang dirasakan setelah memperoleh pelayanan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT. Putra Duta Wisata Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden yang merupakan jemaah umrah pada PT. Putra Duta Wisata Palembang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT. Putra Duta Wisata Palembang. Hasil tersebut dibuktikan melalui uji t yang memperoleh nilai t hitung sebesar 14,591 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jemaah umrah dapat diterima. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,745 atau 74,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 74,5% terhadap kepuasan jemaah umrah, sedangkan sebesar 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan kepuasan jemaah umrah pada PT. Putra Duta Wisata Palembang.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Jemaah Umrah, PT. Putra Duta Wisata Palembang.*

Abstract

This research is motivated by the importance of service quality in providing satisfaction to Umrah pilgrims. As an Umrah travel service provider, PT. Putra Duta Wisata Palembang is expected to provide services that are able to meet the needs and expectations of pilgrims throughout the Umrah journey. The quality of services received by pilgrims is one of the factors that may influence their assessment and level of satisfaction after receiving the services. Therefore, this research was conducted to determine the effect of service quality on Umrah pilgrims' satisfaction at PT. Putra Duta Wisata Palembang. This research employed a quantitative method with a sample of 75 respondents who were Umrah pilgrims of PT. Putra Duta Wisata Palembang. Data were collected through questionnaires and documentation. The collected data were analyzed using validity testing, reliability testing, normality testing, linearity testing, simple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination. The results showed that service quality had a positive and significant effect on Umrah pilgrims' satisfaction at PT. Putra Duta Wisata Palembang. This result was evidenced by the t-test, which obtained a t-value of 14.591 with a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, the hypothesis stating that service quality affects Umrah pilgrims' satisfaction was accepted. The coefficient of determination showed an R Square value of 0.745 or 74.5%. This indicates that service quality contributed 74.5% to Umrah pilgrims' satisfaction, while the remaining 25.5% was influenced by other factors not examined in this research. Based on these results, service quality is one of the factors associated with Umrah pilgrims' satisfaction at PT. Putra Duta Wisata Palembang.

Keywords: *Service Quality, Umrah Pilgrims' Satisfaction, PT. Putra Duta Wisata Palembang.*

LATAR BELAKANG

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk ibadah yang memiliki nilai spiritual penting bagi umat Islam. Selain menjadi wujud ketaatan kepada Allah SWT, ibadah umrah juga menjadi bagian dari aktivitas keagamaan masyarakat Muslim yang terus mengalami perkembangan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap pelaksanaan ibadah umrah terlihat dari jumlah jamaah yang melakukan perjalanan ke Arab Saudi. Berdasarkan laporan Times of India World Desk (2025a), lebih dari 1,2 juta jamaah dari 109 negara telah tiba di Arab Saudi sejak dimulainya musim umrah pada Juni 2025. Sementara itu, laporan lainnya menyebutkan bahwa Arab Saudi mencatat lebih dari 15,2 juta jamaah umrah selama tiga bulan pertama tahun 2025 (Times of India World Desk, 2025b). Kondisi tersebut menggambarkan besarnya kebutuhan masyarakat terhadap penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, termasuk pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan.

Perkembangan perjalanan ibadah umrah turut mendorong pertumbuhan biro perjalanan yang menyediakan berbagai program dan fasilitas kepada masyarakat. Semakin banyaknya penyelenggara perjalanan ibadah umrah menimbulkan persaingan

dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Setiap biro perjalanan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah, mulai dari proses pendaftaran, pengurusan administrasi, persiapan keberangkatan, pelaksanaan ibadah di Tanah Suci, hingga kepulangan ke Indonesia. Dalam konteks perusahaan jasa, kualitas pelayanan menjadi aspek penting karena kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh fasilitas yang diterima, tetapi juga oleh pengalaman selama menggunakan layanan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Tjiptono (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Konsep tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam penyelenggaraan ibadah umrah, kualitas pelayanan mencakup kemampuan biro perjalanan dalam memberikan informasi yang jelas, pelayanan yang cepat dan tepat, fasilitas yang memadai, serta jaminan keamanan dan kenyamanan selama perjalanan ibadah.

Kualitas pelayanan memiliki keterkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2023) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, pelanggan berpotensi mengalami ketidakpuasan. Dalam konteks penyelenggaraan ibadah umrah, kepuasan jamaah dapat tercermin dari kesesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan mereka, baik dalam aspek administrasi, pendampingan ibadah, fasilitas perjalanan, maupun respons petugas terhadap kebutuhan dan keluhan jamaah.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah juga menjadi perhatian dalam penelitian sebelumnya. Harahap et al. (2023) melakukan penelitian mengenai pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah pada Travel Umrah dan Haji Mahmud Harahap. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang relevan dalam mengkaji kepuasan jamaah pada perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah. Kajian mengenai kualitas pelayanan menjadi penting karena pelayanan yang diberikan secara langsung berkaitan dengan pengalaman jamaah selama mengikuti rangkaian perjalanan ibadah.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dianalisis menggunakan teori Service Quality (SERVQUAL) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Teori tersebut mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi bukti fisik berkaitan dengan fasilitas dan sarana pelayanan, sedangkan keandalan menunjukkan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten. Daya tanggap mencerminkan kesediaan petugas memberikan bantuan dan merespons kebutuhan jamaah. Jaminan berkaitan dengan

pengetahuan, kemampuan, dan sikap petugas dalam menumbuhkan kepercayaan, sedangkan empati menunjukkan perhatian serta kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan individu jamaah. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk memahami kualitas pelayanan secara menyeluruh dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Putra Duta Wisata Palembang, yang merupakan salah satu biro perjalanan penyelenggara ibadah umrah di Kota Palembang. Pemilihan perusahaan tersebut didasarkan pada upaya pengembangan pelayanan melalui penyelenggaraan keberangkatan secara mandiri serta pembentukan Firdaus Tour sebagai unit yang berfokus pada pelayanan ibadah umrah dan haji. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Putra Duta Wisata Palembang perlu memperhatikan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah. Pelayanan yang diberikan tidak hanya mencakup fasilitas perjalanan, tetapi juga berkaitan dengan kejelasan informasi, ketepatan pelayanan, profesionalitas petugas, serta perhatian terhadap kebutuhan jamaah selama mengikuti program perjalanan ibadah.

PT Putra Duta Wisata Palembang sebelumnya telah menjadi objek penelitian yang mengkaji pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan jamaah. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan jamaah umrah sebagai variabel dependen. Pemusatan kajian pada kualitas pelayanan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan jamaah dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL sebagai dasar pengukuran. Dengan demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dari segi fokus variabel dan pendekatan pengukuran kualitas pelayanan yang digunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh biro perjalanan umrah dalam memenuhi kebutuhan serta harapan jamaah. Pelayanan yang berkualitas diharapkan mampu menciptakan pengalaman perjalanan ibadah yang nyaman, menumbuhkan kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan jamaah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT Putra Duta Wisata Palembang. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks penyelenggaraan ibadah umrah. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT Putra Duta Wisata Palembang dalam meningkatkan kualitas pelayanan, serta memberikan referensi akademik bagi pengembangan keilmuan Manajemen Dakwah, khususnya dalam bidang pengelolaan pelayanan perjalanan ibadah umrah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT Putra Duta Wisata Palembang. Pendekatan kuantitatif

digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik yang dianalisis secara statistik. Penelitian dilaksanakan di PT Putra Duta Wisata Palembang yang beralamat di Jalan R.A. Abusamah, Sukajaya, Kecamatan Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Populasi penelitian terdiri atas 288 jamaah umrah PT Putra Duta Wisata Palembang pada tahun 2025 yang terbagi dalam sembilan kelompok keberangkatan, dengan rata-rata 32 jamaah setiap kelompok. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu pemilihan responden secara acak yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan jamaah umrah sebagai variabel dependen (Y). Kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Sementara itu, kepuasan jamaah diukur melalui empat indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas. Seluruh indikator dioperasionalkan ke dalam pernyataan kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta dokumentasi berupa profil perusahaan dan data jumlah jamaah umrah. Pengujian kualitas instrumen dilakukan melalui uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan batas reliabilitas sebesar 0,70. Selanjutnya, data dianalisis melalui uji normalitas Kolmogorov–Smirnov dan uji homogenitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX + e$, di mana Y merupakan kepuasan jamaah umrah, X merupakan kualitas pelayanan, a merupakan konstanta, b merupakan koefisien regresi, dan e merupakan komponen kesalahan. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi kepuasan jamaah yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada jamaah umrah PT Putra Duta Wisata Palembang dengan melibatkan 75 responden yang merupakan bagian dari populasi sebanyak 288 jamaah pada tahun 2025. PT Putra Duta Wisata merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan wisata dan ibadah umrah di Kota Palembang. Perusahaan ini mulai beroperasi pada tahun 2019 dengan nama CV Duta Wisata Mandiri dan berkembang menjadi PT Putra Duta Wisata pada tahun 2021. Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, perusahaan menggunakan Firdaus Tour sebagai merek layanan khusus perjalanan umrah dan haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah melalui pengumpulan data kuesioner yang dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 26.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, responden penelitian terdiri atas 29 jamaah laki-laki (38,7%) dan 46 jamaah perempuan (61,3%). Berdasarkan kategori usia, sebanyak 8 responden (10,7%) berusia 20 tahun ke bawah, 29 responden (38,7%) berusia 21–30 tahun, 12 responden (16,0%) berusia 31–40 tahun, dan 26 responden (34,7%) berusia lebih dari 40 tahun. Dengan demikian, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dan berada pada kelompok usia 21–30 tahun.

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Jamaah

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap 15 pernyataan, sebagian besar jamaah memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada berbagai aspek pelayanan yang diberikan PT Putra Duta Wisata Palembang.

Pada indikator pelayanan tanpa membedakan jamaah, sebanyak 36 responden (48,0%) menyatakan sangat setuju dan 33 responden (44,0%) menyatakan setuju. Sementara itu, pada aspek kejelasan dan keakuratan informasi, sebanyak 36 responden (48,0%) menyatakan sangat setuju dan 27 responden (36,0%) menyatakan setuju. Penilaian positif juga terlihat pada kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat dan dapat dipercaya, dengan 29 responden (38,7%) menyatakan sangat setuju dan 41 responden (54,7%) menyatakan setuju. Hasil tersebut menggambarkan kecenderungan penilaian positif jamaah terhadap kualitas pelayanan perusahaan, khususnya pada aspek keandalan informasi, ketepatan pelayanan, dan perlakuan yang adil.

Pada variabel kepuasan jamaah, pengukuran dilakukan melalui empat indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali jasa, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang telah diterima. Pada pernyataan mengenai kesesuaian pelayanan dengan harapan, sebanyak 33 responden (44,0%) menyatakan sangat setuju dan 35 responden (46,7%) menyatakan setuju. Selanjutnya, sebanyak 33 responden (44,0%) menyatakan sangat setuju dan 33 responden (44,0%) menyatakan setuju terhadap keinginan menggunakan kembali jasa PT Putra Duta Wisata. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan jamaah tidak hanya tercermin melalui kesesuaian pelayanan dengan harapan, tetapi juga melalui kecenderungan menggunakan kembali jasa perusahaan dan kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* terhadap 27 item pernyataan yang terdiri atas 15 item variabel kualitas pelayanan dan 12 item variabel kepuasan jamaah. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai *r* hitung antara 0,617 hingga 0,820. Sementara itu, seluruh item variabel kepuasan jamaah memperoleh nilai *r* hitung antara 0,639 hingga

0,833. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada nilai r tabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu 0,227, sehingga seluruh item dinyatakan valid berdasarkan kriteria pengujian yang dilaporkan.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian menunjukkan nilai reliabilitas variabel kualitas pelayanan sebesar 0,931 dan variabel kepuasan jamaah sebesar 0,919. Kedua nilai tersebut melebihi batas reliabilitas yang ditetapkan dalam metode penelitian, yaitu 0,70. Dengan demikian, instrumen kedua variabel memiliki konsistensi internal yang baik.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X)	15	0,617–0,820	0,931
Kepuasan Jamaah (Y)	12	0,639–0,833	0,919

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,192 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,200 untuk variabel kepuasan jamaah. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga tidak ditemukan penyimpangan signifikan dari distribusi normal pada masing-masing variabel berdasarkan pengujian tersebut. Namun, pemenuhan asumsi normalitas regresi tetap memerlukan pemeriksaan terhadap residual model.

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,584, lebih besar daripada 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan dari hubungan linear antara kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah. Sementara itu, hasil uji homogenitas yang dilaporkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,178, sehingga tidak ditemukan perbedaan varians yang signifikan pada pengelompokan yang digunakan dalam pengujian tersebut.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan jamaah sebagai variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilaporkan menggunakan IBM SPSS versi 26, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,239 + 0,715X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,715. Secara matematis, setiap peningkatan satu satuan skor kualitas pelayanan berkaitan dengan peningkatan nilai prediksi kepuasan jamaah sebesar 0,715 satuan. Nilai konstanta sebesar 5,239 merupakan nilai prediksi kepuasan ketika skor kualitas pelayanan bernilai nol. Arah koefisien yang positif menunjukkan hubungan searah antara kedua variabel.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	5,239	3,154	—	1,661	0,101
Kualitas Pelayanan	0,715	0,049	0,863	14,591	< 0,001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026.

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 14,591, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,993, dengan nilai signifikansi $p < 0,001$. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien kualitas pelayanan bernilai positif dan signifikan secara statistik dalam model regresi yang dilaporkan.

Selanjutnya, hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,863, R Square sebesar 0,745, dan Adjusted R Square sebesar 0,741. Nilai R Square sebesar 0,745 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 74,5% variasi kepuasan jamaah berdasarkan model regresi penelitian, sedangkan 25,5% variasi lainnya tidak dijelaskan oleh model tersebut.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
0,863	0,745	0,741	3,181

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 26, 2026.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umrah

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan kepuasan jamaah umrah pada PT Putra Duta Wisata Palembang. Temuan tersebut ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,715, nilai t hitung sebesar 14,591, dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penilaian jamaah terhadap kualitas pelayanan, semakin tinggi pula kecenderungan tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Dengan demikian, hasil penelitian mendukung hipotesis mengenai adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah dalam model penelitian yang digunakan.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui konsep kualitas pelayanan SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Konsep ini menempatkan kualitas pelayanan sebagai konstruk yang mencakup lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, kelima dimensi tersebut berkaitan dengan pengalaman jamaah sejak proses pendaftaran, persiapan keberangkatan, pelaksanaan perjalanan, hingga kepulangan. Pelayanan tidak hanya dinilai berdasarkan fasilitas fisik yang diberikan perusahaan, tetapi juga berdasarkan kemampuan petugas memenuhi kebutuhan jamaah secara tepat, responsif, profesional, dan penuh perhatian.

Pada dimensi bukti fisik (tangibles), penilaian responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap kondisi fasilitas, penampilan petugas, dan perlengkapan pelayanan. Bukti fisik merupakan aspek yang dapat diamati secara langsung oleh jamaah sehingga berpotensi membentuk kesan awal terhadap perusahaan. Kondisi fasilitas yang bersih dan nyaman serta penampilan petugas yang rapi dapat mendukung persepsi profesionalitas pelayanan. Hal tersebut menjadi penting dalam pelayanan

perjalanan umrah karena jamaah membutuhkan sarana pendukung yang memadai untuk memperoleh kenyamanan selama menggunakan jasa perusahaan.

Dimensi keandalan (reliability) berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat, konsisten, dan dapat dipercaya. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar jamaah memberikan penilaian positif terhadap ketepatan pelayanan serta kemampuan petugas memberikan informasi yang jelas dan akurat. Dalam perjalanan ibadah umrah, keandalan pelayanan diperlukan karena jamaah bergantung pada informasi mengenai persiapan keberangkatan, dokumen perjalanan, jadwal kegiatan, dan berbagai kebutuhan selama pelaksanaan ibadah. Pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan informasi yang diberikan dapat mendukung terbentuknya kepercayaan jamaah kepada perusahaan.

Pada dimensi daya tanggap (responsiveness), kualitas pelayanan berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan petugas dalam membantu jamaah ketika menghadapi pertanyaan maupun kendala. Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa mayoritas jamaah memberikan penilaian positif terhadap kesigapan petugas dalam merespons kebutuhan mereka. Dalam konteks perjalanan umrah, daya tanggap memiliki relevansi karena jamaah dapat menghadapi situasi yang membutuhkan bantuan secara langsung. Respons yang cepat dan tepat berpotensi mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan kenyamanan jamaah selama menerima pelayanan.

Dimensi jaminan (assurance) mencakup kemampuan, kesopanan, pengetahuan, dan sikap petugas dalam menumbuhkan kepercayaan serta rasa aman. Berdasarkan hasil penelitian, jamaah cenderung memberikan penilaian positif terhadap kemampuan petugas memberikan pelayanan dan sikap sopan dalam berinteraksi. Jaminan pelayanan menjadi penting karena perjalanan umrah melibatkan berbagai tahapan yang membutuhkan koordinasi dan pendampingan dari penyelenggara perjalanan. Petugas yang memiliki kemampuan pelayanan serta mampu berkomunikasi dengan jelas dapat membantu jamaah memahami prosedur perjalanan dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan.

Sementara itu, dimensi empati (empathy) berkaitan dengan perhatian dan kepedulian petugas terhadap kebutuhan masing-masing jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pelayanan yang tidak membedakan jamaah. Sebanyak 92% responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlakuan yang adil merupakan salah satu aspek pelayanan yang memperoleh penilaian positif. Dalam penyelenggaraan ibadah umrah, empati perlu diperhatikan karena jamaah memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, termasuk jamaah lanjut usia maupun jamaah yang membutuhkan pendampingan khusus. Dengan demikian, perhatian individual dan komunikasi yang baik menjadi bagian penting dalam pengalaman pelayanan.

Temuan penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan konsep kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller, yang menjelaskan kepuasan sebagai hasil perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, kepuasan jamaah diukur melalui kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali

jasa, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar jamaah memberikan tanggapan positif terhadap keempat indikator tersebut. Artinya, penilaian jamaah terhadap perusahaan tidak hanya tercermin melalui kesesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan, tetapi juga melalui keinginan untuk kembali menggunakan jasa dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsi et al. (2025) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket umrah terhadap kepuasan jamaah pada PT Al-Hijaz Kota Bengkulu. Penelitian tersebut melaporkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan jamaah dengan nilai signifikansi sebesar 0,031. Kesamaan hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang relevan dalam menjelaskan kepuasan jamaah pada perusahaan penyelenggara perjalanan umrah. Perbedaannya, penelitian Ningsi et al. menggabungkan kualitas pelayanan dan harga paket umrah, sedangkan penelitian ini memfokuskan analisis pada kualitas pelayanan sebagai satu-satunya variabel independen.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Harahap dan Pohan (2023) mengenai pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah pada Travel Umrah dan Haji Mahmud Harahap. Penelitian tersebut melaporkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah. Persamaan hasil tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang berkaitan dengan penilaian kepuasan pengguna jasa perjalanan ibadah umrah, meskipun penelitian dilakukan pada perusahaan dan karakteristik responden yang berbeda.

Berdasarkan koefisien determinasi yang dilaporkan sebesar 0,745, kualitas pelayanan mampu menjelaskan 74,5% variasi kepuasan jamaah dalam model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kemampuan penjelasan yang besar terhadap variasi skor kepuasan jamaah pada sampel penelitian. Namun, hasil ini tidak berarti bahwa seluruh kepuasan jamaah ditentukan oleh kualitas pelayanan, karena masih terdapat 25,5% variasi yang tidak dijelaskan oleh model. Faktor lain yang berpotensi berkaitan dengan kepuasan jamaah, seperti harga paket, kesesuaian fasilitas, atau pengalaman perjalanan, dapat dipertimbangkan dalam penelitian lanjutan tanpa menganggap faktor-faktor tersebut telah terbukti berpengaruh dalam penelitian ini.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan dasar bagi PT Putra Duta Wisata Palembang untuk terus memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Aspek pelayanan yang telah memperoleh penilaian positif, seperti kejelasan informasi, ketepatan pelayanan, kesigapan petugas, serta perlakuan yang adil kepada jamaah, perlu dipertahankan. Di samping itu, evaluasi terhadap kebutuhan jamaah, peningkatan kemampuan komunikasi petugas, dan perbaikan mekanisme penanganan keluhan dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan pelayanan. Upaya tersebut penting karena perjalanan umrah memiliki karakteristik pelayanan yang

tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan administratif dan perjalanan, tetapi juga kenyamanan jamaah dalam melaksanakan ibadah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan jamaah umrah pada PT Putra Duta Wisata Palembang. Kelima dimensi SERVQUAL memberikan kerangka untuk memahami berbagai aspek pelayanan yang dinilai oleh jamaah, sedangkan indikator kepuasan menggambarkan bagaimana pengalaman tersebut berkaitan dengan kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali jasa, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas. Temuan penelitian ini memperkuat pentingnya pengelolaan kualitas pelayanan dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah serta memberikan masukan bagi pengembangan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan jamaah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 75 responden, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT Putra Duta Wisata Palembang. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 14,591 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,993, serta nilai signifikansi $p < 0,001$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi pula kecenderungan kepuasan jamaah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,745 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 74,5% variasi kepuasan jamaah, sedangkan 25,5% sisanya merupakan variasi yang tidak dijelaskan oleh model penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam mendukung kepuasan jamaah umrah.

Berdasarkan temuan tersebut, PT Putra Duta Wisata Palembang diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui penyampaian informasi yang jelas, ketepatan pelayanan, peningkatan fasilitas, serta perhatian terhadap kebutuhan jamaah. Pegawai diharapkan terus mengembangkan sikap profesional, ramah, sopan, responsif, dan tidak membedakan jamaah agar tercipta pengalaman pelayanan yang nyaman dan memuaskan. Evaluasi pelayanan secara berkala juga diperlukan untuk mengidentifikasi kekurangan dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti harga, fasilitas, kepercayaan, dan pengalaman perjalanan, serta memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian. Dengan demikian, penelitian berikutnya diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan jamaah umrah serta mendukung pengembangan manajemen pelayanan perjalanan ibadah yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Harahap, I. S. P., & Pohan, S. (2023). Pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh pada Travel Umroh dan Haji Mahmud

Harahap. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2(2), 435–442.
<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/223>

Ningsi, L. W., Isnaini, D., & Hartini, K. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket umroh terhadap tingkat kepuasan jamaah: Studi pada PT. Al-Hijaz Kota Bengkulu. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4(3), 5491–5503.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.7320>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Saimona, N., Ulfah, Y. F., Nugroho, N. A. S., Alhasbi, F., & Faraba, K. S. A. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan jamaah umroh di Hajar Aswad Mubaroq. Pawarta: Journal of Communication and Da'wah, 2*(1), 53–64.
<https://doi.org/10.54090/pawarta.334>

Sholihin, A. (2019). Pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan jamaah umroh di PT. Sahid Gema Wisata [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49429/1/AHMAD%20SHOLIHIN-FDK.pdf>

Times of India World Desk. (2025a, 31 Juli). Umrah 2025: Over 1.2 million pilgrims from 109 countries have arrived in Saudi Arabia since June. The Times of India.
<https://timesofindia.indiatimes.com/world/middle-east/umrah-2025-over-1-2-million-pilgrims-from-109-countries-have-arrived-in-saudi-arabia-since-june/articleshow/123025012.cms>

Times of India World Desk. (2025b, 22 Agustus). Saudi Arabia hosts 15.2 million Umrah pilgrims in first three months of 2025. The Times of India.
<https://timesofindia.indiatimes.com/world/middle-east/saudi-arabia-hosts-15-2-million-umrah-pilgrims-in-first-three-months-of-2025/articleshow/123454296.cms>