

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang kaffah, mengatur kehidupan manusia yang komprehensif dan universal baik dalam mengatur hubungan dengan Sang Maha Pencipta (*Habluminallah*) maupun dalam hubungan dengan sesama manusia (*Habluminannas*). Ada tiga pilar pokok dalam ajaran Islam yang harus dipahami dan dilaksanakan. Pertama adalah Aqidah, Aqidah merupakan komponen ajaran Islam yang mengatur atas keyakinan tentang keberadaan Allah. Kedua Syariah, komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik yang berkaitan dengan ibadah maupun dalam bidang mu'amalah. Ketiga, Akhlak yang merupakan landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syariah dan aqidah (Oktafia, 2014).

Umroh merupakan salah satu ibadah yang dianjurkan dalam agama Islam. Umroh dapat didefinisikan sebagai ziarah, maksudnya adalah menziarahi Ka'bah dan bertawaf sekelilingnya, bersa'I antara bukit shafa dan marwah, serta mencukur (atau memotong) rambut (tanpa wukuf di Arafah) (Bagir, 2008). Dalam perjalanan umroh, tidak mungkin setiap orang bisa melakukan perjalanan jauhnya dengan sendiri. Dengan demikian, maka dibutuhkan pemandu yang dapat mempermudah perjalanan ibadahnya, yaitu dengan menggunakan biro perjalanan umroh.

Sebagai umat Islam, tentunya kita semua sangat ingin bisa pergi menunaikan ibadah Haji dan Umroh ketanah suci. Namun haji dan umroh ini mempunyai perbedaan, yang dimana Haji hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu seperti pada bulan syawal, zulkaidah dan dzulhijjah sedangkan umroh bisa dikerjakan kapan saja tanpa ada ketentuan waktu. Bisa dikerjakan 7 hari dalam seminggu, 30 hari dalam sebulan, dan 365 hari dalam setahun (Ahmad Sarwat, 2019).

Berikut daftar nama-nama travel haji dan umroh Kota Bekasi yang terdaftar secara resmi pada Kementrian Agama Republik Indonesia: (Kemenag.go.id)

**Tabel. 1.1**

No.	Nama Travel	Nomor SK	Kontak dan Alamat
1.	PT. Baitul Maqdis	Nomor D763 Tahun 2017 tgl sk: 28-04-2017.	Jl. Veteran no.82 Margajaya Bekasi Selatan, Kota Bekasi Telp: +6221 89452079. Email: <a href="mailto:balqistour@yahoo.com">balqistour@yahoo.com</a>
2.	PT. Ram Magna (Izin Umroh)	Nomor 174 Tahun 2017 TGL SK:15-03- 2017.	Kp. Rawa Bogo Kel. Jatirahayu, Kec. Pondok melati, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 29483666. Email: <a href="mailto:MAGNATOURS@GMAIL.COM">MAGNATOURS@GMAIL.COM</a>
3	PT. Duta Rahmania (Izin Umroh)	Nomor 825 Tahun 2016 TGL SK:29-12- 2016.	Jl. Jatimekar raya no.11 Kel. Jati mekar Kec. Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp: (021) 84903508. Email: DUTARAHMANIA@GMAIL,COM
4.	PT.Tazakka Ceria Wisata	Nomor 170 Tahun 2019 TGL SK:15-04- 2019.	Graha yus join mahir, jl. kh. noer ali no.25-26 kel. pekayon jaya Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp: (021) 88968345. Email: <a href="mailto:INFO.TAZAKKA@GMAIL.COM">INFO.TAZAKKA@GMAIL.COM</a>
5.	PT. Hira Cahaya Ilahi (Perpanjangan ibadah haji)	Nomor 773 Tahun 2016-TGL SK: 23-12- 2016.	Jl. raya jatiwaringin komp. cening ati no.340, jaticempaka, Pondok Gede, Kota Bekasi.
6.	PT. Hanan Nusantara (izin biro perjalanan haji)	Nomor 115 Tahun 2018 TGL SK: 28-02-2018	Islamic center KH Noer ali Lt.2 Kel. Margajaya, kec. Bekasi selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 88869029. Email: SALAM.HANANNUSANTARA@GMAIL.COM
7.	Ajwah Tour dan Travel PT. Mutiara Ajwah Mandiri	Nomor 763 Tahun 2017 tgl sk: 02-	Jl. Setia raya Kav. no.1 Kec. pondok gede, kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 84903654. Email: <a href="mailto:AJWAHTOUR@YAHOO.COM">AJWAHTOUR@YAHOO.COM</a>

		10-2017.	
8.	PT. Mizan Utama	Nomor 60 Tahun 2020 TGL SK:31-03- 2020	Ruko Duta harapan blok G no.6 Kel. haraoan baru kec. bekasi utara, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 88878802. Email: <a href="mailto:MIZAN_TOUR@YAHOO.COM">MIZAN TOUR@YAHOO.COM</a>
9.	PT. Shabilla Eraldo tours and travel pusat	Nomor U.38 tahun 2020 TGL SK:11-03- 2020.	Ruko pesona taman mini blok tiga no.6 kel. jatimakmur kec. pondok gede, kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 84998500. Email: <a href="mailto:SHABILAUMTOH@YAHOO.COM">SHABILAUMTOH@YAHOO.COM</a>
10.	PT. Galang Saudi Travel dan Religious tourism	Nomor 668 tahun 2017 TGL SK: 14-09-2017	Jl. kp. cibening kel. jatibening kec. pondokgede, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 29373443 Email: GALANGINDAHSAUDI@GMAIL.COM
11.	PT. Arie Tour and Travel	Nomor 546 tahun 2017 TGL SK:12-07- 2017	Jl. chairil anwar ruko kalimas kel. margahayu kec. bekasi timur, Kota Bekasi. Jawa Barat. Telp. (021) 88356698. Email: UMROH@ARIETOURL.COM
12.	PT. Santafi Sukses Mandiri	Nomor 943 tahun 2019 TGL SK: 24-10-2019	Jl. chairil anwar ruko kalimas blok. B-22 kel. margahayu kec. Bekasi Timur Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp.(021) 88355255. Email: <a href="mailto:SANTAFI_KALIMAS@YAHOO.COM">SANTAFI KALIMAS@YAHOO.COM</a>
13.	PT. Nurindo Wisata	Nomor U.147 Tahun 2020 TGL SK:15-06- 2020	Ruko mutiara centre jl. ahmad yani, bekasi blok A10 no.4 kel. margajaya kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi. Telp. (021) 8859750. Email: <a href="mailto:NURINDOWISATA33@GMAIL.COM">NURINDOWISATA33@GMAIL.COM</a>
14.	PT. Aufa Duta Wisata Tour & Travel	Nomor U.120 tahun 2020 TGL	Jl. kemang raya no.18 kel. jati secmpaka kec. pondok gede, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 84900090 Email: AUFATOUR@GMAIL.COM



		SK: 16-06-2020	
15.	PT. biro Perjalanan Wisata Neekoi	Nomor 1106 Tahun 2019 TGL SK:17012-2019	Komp. ruko ratna residence no.1 jl. raya dr. ratna kel. jati kramat kec. jati asih, Kota Bekasi, Jawa Barat. Telp. (021) 84973133. Email: <a href="mailto:NEEK_UMRAHHAJ@YAHOO.COM">NEEK_UMRAHHAJ@YAHOO.COM</a>

(Sumber data: Kemenag.go.id)

Manajemen merupakan suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan untuk mendapatkan suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (Triana, 2015). Proses tersebut bertujuan untuk mencapai sasaran secara efektif. Dalam hal ini kualitas merupakan aspek penting bagi perkembangan perusahaan (Hana Catur Wahyuni, 2015). Selain kualitas, pelayanan kepada calon jamaah juga merupakan tujuan yang utama yang tidak dapat dihindarkan pada suatu perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket umroh yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi seseorang dalam memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha mewujudkan kepuasan konsumen (Hadiyati, 2010). Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan berfokus terhadap upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan para pelanggan, serta dalam ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan para pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan jamaah umroh dan berakhir pada persepsi jamaah umroh. Ciri dari kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah dengan memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga akhir, dapat melayani secara cepat dan tepat, serta mampu berkomunikasi secara jelas dan memiliki pengetahuan umum lainnya. Karena masing-masing perusahaan dituntut untuk meningkatkan semua aspek yang berkaitan langsung dengan konsumen pengguna jasa perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya (Sudarso, 2016). PT. Baitul Maqdis Bekasi dapat memberikan pelayanan yang maksimal dengan berprinsip pada etika bisnis Islam seperti kemudahan, kecepatan, keramahan, kejujuran, kesopan-santunan dan memberikan salam ketika jamaah datang ke kantor, dan bersedia membantu baik dalam membantu memberikan informasi maupun membantu dalam pengurusan dokumen. Dengan pelayanan yang baik dapat dijadikan modal utama dalam menarik minat calon jamaah untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh PT. Baitul Maqdis Bekasi. Secara nyatanya, kualitas pelayanan dapat berhubungan erat dengan kepuasan jamaah yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh jamaah. Hal ini dikarenakan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, para jamaah akan merasa puas dan akan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut dikemudian hari dan bahkan bisa sampai berkali-kali melakukan pembelian ulang paket umroh di perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifqi Bahaswan (2018) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen saudaraku Tour&Travel Umroh Haji di Malang” menemukan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Citra merek, dan Kepuasan konsumen dapat dipaparkan secara parsial bahwa seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan, variabel kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan baik produk maupun jasa. Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Amstrong, 2001) penetapan harga merupakan salah satu komponen terpenting pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) (Tjiptono, 2014). Pengertian harga menurut Prof. DR. H. Buchari Alma merupakan suatu nilai dan *utility* konsep yang paling berhubungan, yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*Needs*), keinginan (*wants*)

dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) (Alma, 2005).

Konsep harga menurut Ibn Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al-Qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu merupakan hal yang wajar jika keahlian juga dapat diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga. Ibn Taimiyah juga membedakan dua jenis harga yakni harga yang tidak ada dan dilarang dan harga ada dan disukai. Ibn Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, beliau juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran (Kamalia, 2011).

Penelitian yang dilakukan Hildha Aprilia Pratiwi (2018) dengan judul "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan traveloka di Yogyakarta" menunjukkan bahwa bahwa seluruh variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Virginia Meryanta Panjaitan dan Dra. Sri Suryoko, M.Si. (2019) dengan judul "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada taman rekreasi wonderia Semarang)" menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun dibawah ini merupakan tabel perbandingan harga yang terdapat pada biro jasa umroh pt. Baitul Maqdis dengan biro lain:

**Tabel. 1.2**  
**Perbandingan Harga Paket Umroh**

PT. Baitul Maqdis		PT. Nava Tours		PT. Arofah Mina	
Paket Umroh	Harga	Paket Umroh	Harga	Paket Umroh	Harga
1. Paket umroh Promo 9 hari	Rp. 19.500.000	1. Paket umroh 9 hari	Rp. 20.000.000	1. Paket Umroh Reguler 9 hari	Rp. 23.500.000
2. Paket umroh promo 12	Rp. 22.000.000	2. Paket umroh 9 hari	Rp. 25.000.000	2. Paket umroh plus Turki (12	Rp. 29.000.000



hari		plus wisata		Hari)	
3. Paket umroh ramadhan 9 hari	Rp. 24.000.000	3. Paket Umroh 12 hari + Turki	Rp. 30.000.000	3.Umroh Ramadhan (10 hari)	Rp. 26.000.000

(Sumber data: Brosur Umroh PT. Baitul Maqdis dan PT. Nava Tour)

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang tersedia (Widagdo, 2011). Keputusan pembelian merupakan tahapan proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, tetapi dalam hal proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh gaya hidup, pendapatan, usia dan ciri kepribadiannya. Konsep tersebut dapat diberlakukan pada biro travel Umroh dan Haji, agar konsumen dapat membeli produk yang ditawarkan.

Penelitian yang dilakukan Achyar Mubarak (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh di Anita Wisata Surabaya” menunjukkan bahwa bahwa seluruh variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat dalam keputusan pembelian paket umroh.

Travel umroh merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa. persaingan didalamnya sangat ketat karena berhubungan dengan pariwisata halal. Konsep bisnis yang sama mengharuskan masing-masing perusahaan memiliki strategi manajemen pemasaran yang cukup handal dalam menyikapi permasalahan dan kondisi yang sedang terjadi.

Pada masa sekarang, tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan umroh menjadikan bisnis jasa tersebut banyak diminati oleh pembisnis sehingga untuk dapat memenangkan pasar, persaingan bisnis yang ada, para produsen harus dapat melakukan berbagai macam strategi. Kegiatan pelaksanaan ibadah umroh mempunyai berbagai prosedur yang harus dipersiapkan dan diperhatikan, contohnya biaya transportasi, penyediaan perlengkapan ibadah, dan pengurusan dokumen. Dalam prosesnya, ibadah umroh memiliki standar operasional selama berada ditanah suci yaitu berupa akomodasi, hotel, transportasi selama pelaksanaan ibadah, konsumsi, kesehatan, pendamping tour leader selama

pelaksanaan kegiatan ibadah, serta mutawif atau pembimbing ibadah umroh hingga pada tahap proses kepulangan ke Tanah Air. Salah satu perusahaan travel umroh yang ada di Indonesia adalah PT. Baitul Maqdis Bekasi. PT. Baitul Maqdis Bekasi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan Umroh dan Haji. Baitul Maqdis berdiri sejak tahun 2017. PT.Baitul Maqdis Bekasi melayani perjalanan Haji dan Umroh untuk masyarakat Indonesia.

Pada observasi yang pernah penulis lakukan di PT. Baitul maqdis Bekasi ini memiliki daya tarik sebagai biro perjalanan wisata umroh yang banyak diminati oleh konsumen. Penulis menjadikan PT. Baitul maqdis bekasi sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut memiliki pemimpin yang dapat mengerti akan kebutuhan jamaah. PT. Baitul maqdis bekasi insyaallah selalu amanah untuk melayani jamaah mulai dari tahap pendaftaran, latihan manasik, manasik ditanah suci, hingga kembali lagi ketanah air dengan sebaik-baiknya. Dalam hal ini, para jamaah umroh membutuhkan suatu pelayanan yang terbaik dari sebuah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan ibadah umroh yang dapat membantu para jamaah dalam menjalankan ibadahnya.

PT. Baitul Maqdis Bekasi merupakan biro perjalanan umroh dan haji yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah umroh dan haji serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah umroh. Melihat dari banyaknya jumlah jamaah yang semakin meningkat salah satunya karena di PT. Baitul Maqdis Bekasi dapat memberikan suatu pelayanan yang baik dan memuaskan bagi jamaah umroh. Pelayanan yang dilakukannya bukan hanya pelayanan administrasi yang dilakukan dikantor, melainkan pelayanan dalam pelaksanaan ibadah umroh dimulai dari fasilitas yang disediakan, pelayanan sebelum keberangkatan seperti bantuan pembuatan paspor bagi jamaah yang belum mempunyai paspor keberangkatan, suntik vaksin, keperluan lainnya hingga pelayanan ketika sudah kembali ke tanah air.

Tabel dibawah ini merupakan jumlah keseluruhan jamaah yang pernah membeli paket umroh di PT. Baitul Maqdis pada tahun 2018-2019 :

**Tabel. 1.3**  
**Jumlah Jama'ah Umroh**



<b>Nama</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Jumlah</b>
Laki-laki	98	67	165
Perempuan	122	76	198
Jumlah	220	143	363

(Sumber: Data Manifest PT. Baitul Maqdis Bekasi)

Dalam pemilihan jenis produk yang dipasarkan ini dapat menentukan dalam hal penetapan harga. Harga yang dipasarkan oleh PT. Baitul Maqdis Bekasi relatif standar. Tinggi dan rendahnya harga dapat dilihat berdasarkan kualitas yang diberikan oleh PT. Baitul Maqdis Bekasi. Penyesuaian tersebut sudah difikirkan matang-matang karena berhubungan dengan biaya hotel dan tiket penerbangan. Penetapan harga tersebut dilakukan atas dasar pertimbangan faktor diluar pengendalian perusahaan. PT. Baitul Maqdis Bekasi juga memiliki strategi pemasaran dengan memberikan diskon kepada calon jamaah yang akan atau sudah pernah membeli paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis menyadari bahwa masyarakat muslim di Indonesia banyak yang membutuhkan pelayanan jasa yang baik oleh Travel Umroh terlebih khusus PT. Baitul Maqdis Bekasi dan pengaruhnya dalam keputusan memilih biro perjalanan umroh atas pelayanan terbaik yang diberikan oleh PT. Baitul Maqdis Bekasi, karena pada dasarnya produk dari sebuah perusahaan travel adalah sebuah jasa dan berupa pelayanan, oleh karenanya PT. Baitul Maqdis Bekasi harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada para jamaah pengguna jasa travelnya. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Persaingan antar perusahaan travel umroh yang semakin ketat.
2. Harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh masyarakat dikalangan menengah.
3. PT. Baitul Maqdis Bekasi memiliki pegawai yang tidak banyak.

## **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini

penulis membatasi ruang lingkungannya agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Serta dapat mempermudah proses analisa itu sendiri. Oleh karena itu, penulis membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji, antara lain:

1. Penelitian ini mengambil sampel pada jamaah yang sudah pernah membeli paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi
2. Isu yang diangkat adalah tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian paket Umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pada Travel Umroh dan Haji PT. Baitul Maqdis Bekasi?
2. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pada Travel Umroh dan Haji PT. Baitul Maqdis Bekasi?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pada Travel Umroh dan Haji PT. Baitul Maqdis Bekasi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT. Baitul Maqdis Bekasi.

## **F. Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

### **1. Kegunaan secara Teoritis**

Kegunaan secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih tambahan pengetahuan dan referensi bagi kajian ilmu, khususnya berkaitan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat melengkapi penelitian yang telah ada, sehingga dapat dijadikan wacana oleh semua pihak yang terkait.

### **2. Kegunaan secara Praktis**

#### **a. Bagi perusahaan travel umroh dan haji PT. Baitul Maqdis Bekasi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran atau masukan bagi pemangku kebijakan yang berkaitan dalam bidang manajemen pemasaran. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan evaluasi.

#### **b. Bagi akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan daftar bacaan, referensi, dan dapat memberikan sumbangan perbendaharaan di Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

#### **c. Bagi peneliti lanjutan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan referensi kajian terdahulu dalam penelitian selanjutnya dan menambah pengetahuan yang dapat digunakan sebagai referensi selanjutnya dalam bidang kajian ilmu yang sama.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan didalam penyusunan proposal skripsi ini meliputi lima bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI:** Dalam bab ini, akan diuraikan mengenai kajian



teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian yang meliputi konsep atau variabel-variabel yang relevan dalam penelitian, yang digunakan untuk menganalisis masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini, serta kerangka acuan dalam penulisan Bab IV mengenai Hasil Penelitian dan Pembahasan.

**BAB III METODE PENELITIAN:** Dalam bab ini membahas mengenai gambaran proses penelitian dilapangan, disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang digunakan dalam penelitian meliputi tentang Sasaran, Tempat dan Waktu Penelitian, Pendekatan dan Jenis Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN:** Bab ini membahas mengenai Kondisi Objek Penelitian, penyajian data, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

**BAB V PENUTUP:** Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari penulis mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.

