

## Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Travel Umroh

Korry Asri<sup>a</sup>, Barkah<sup>b</sup>, Wenny<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Magister Manajemen Universitas Tanjungpura

<sup>b</sup>Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tanjungpura

Email: [Correa15@gmail.com](mailto:Correa15@gmail.com)

(Diterima Januari 2021; Disetujui Maret 2021; Dipublikasikan Juli 2021)

### ABSTRACT

*Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah), bimbingan manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Fenomena yang terjadi pada travel haji dan umroh adalah meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul serta lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh para perusahaan pesaingnya. Peluang inilah yang di lirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggaraan berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah adalah analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan travel umroh. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dengan sampel purposive dengan jumlah responden sebanyak 100 yang meliputi konsemen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Legalitas Travel, Grup Referensi Pembimbing, Kualitas layanan, harga dan Kemudahan Prosedur berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh.*

**Kata Kunci:** Legalitas Travel, Grup Referensi Pembimbing, Kualitas layanan, harga, Kemudahan Prosedur dan keputusan konsumen.

### PENDAHULUAN

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah), bimbingan manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Fenomena yang terjadi pada travel haji dan umroh adalah meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap

perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul serta lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh para perusahaan pesaingnya. Peluang inilah yang di lirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggaraan berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Kesemuanya itu berlomba-lomba untuk menawarkan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda untuk sebuah popularitas. Disinilah kemudian lembaga-lembaga itu mengambil peran. Lembaga penyelenggara ibadah haji dan umrah banyak yang mengklaim bahwa lembaga tersebut mempunyai kualitas pelayanan yang prima. Namun kenyataannya banyak dijumpai jama'ah yang terlantar bahkan tidakjadi berangkat haji dan umrah karena kelalaian dari pelayanan yang diberikan oleh biro-biro yang tidak bertanggung jawab. Penipuan yang dilakukan oleh travel umroh dan haji sering terjadi, sehingga Kementerian Agama (Kemenag) sejak tahun 2015 hingga pertengahan tahun 2017 terdapat sebanyak 13 penyelenggara travel haji dan umrah yang dicabut perizinannya. Penyebabnya dikarenakan adanya kesalahan prosedur pendataan jama'ah haji dan umroh yang tidak sesuai antara data jama'ah dengan yang terdaftar untuk diberangkatkan, tidak mempunyai tiket pulang, berutang ke hotel, melanggar masa berlaku visa ataupun penipuan dengan gagal berangkat. Selain itu terdapat juga adanya unsur penipuan kepada jama'ah haji dan umroh. Pada penelitian ini akan menganalisis faktor yang penting untuk diteliti yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih travel umroh.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Layanan**

Nilai yang diberikan pelanggan, didasari oleh faktor kualitas jasa, dimana kualitas suatu produk /jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasinya. Menurut *American Society For Quality Control* dalam Rambat Lupiyoadi (2001 : 144) Kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

### **Harga**

Menurut Kotler (2008) Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, hal ini penting agar harga yang ditetapkan cukup untuk menutupi biaya-biaya produksi serta memberikan untung kepada perusahaan namun di sisi lain juga dirasa pas oleh konsumen, pas artinya cocok oleh kualitas produk yang diberikan.

### **Pembimbing**

Pembimbing umroh biasanya adalah seorang pemuka agama maupun selebriti yang sudah dikenal baik oleh masyarakat. Hal ini merupakan strategi dari sebuah Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus dalam menjual programnya kepada konsumen. Fungsi seorang pembimbing Umroh dan Haji dapat disetarakan dengan fungsi

seorang aktor dalam mengangkat film yang diperankan olehnya.

### **Legalitas**

Perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha. Izin ialah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi, untuk mengemudikan tingkah laku organisasi atau pelaku usaha (Philipus, 1993:2).

*Group reference* Di antara berbagai sumber informasi, sumber informasi personal memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Informasi personal melibatkan dua orang atau lebih dalam mengkomunikasikan informasi secara langsung secara *face-to-face*, *person to audience*, via telepon, atau e-mail. Informasi personal menghasilkan efektivitas yaitu melalui peluang untuk mendapatkan feedback dari individu. Menurut Mourali, *et al* (2005) meneliti faktor-faktor yang melatarbelakangi kecenderungan konsumen dalam menggunakan informasi personal.

### **Prosedur**

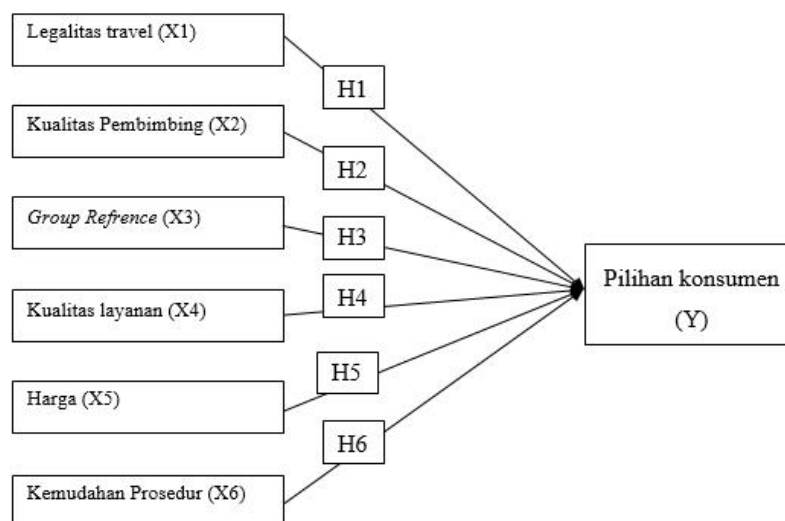
Prosedur merupakan rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, prosedur biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen. Prosedur ini dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Berikut ini pengertian prosedur menurut beberapa para ahli : Menurut Mulyadi (2008 :5) Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.

### **Keputusan Konsumen**

Kotler dan Keller (2013) menyatakan bahwa keputusan konsumen adalah keputusan konsumen mengenai preferensi terhadap kumpulan merek-merek. Pemasar dalam mencapai keberhasilan harus melewati bermacam-macam pengaruh pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan konsumen.

### **Kerangka Konsep**

Mengingat pentingnya menjaga konsumen dari para pesaing di bidang travel haji dan umroh, maka keputusan pemilihan jasa umroh dan haji harus diperhatikan oleh perusahaan. Hal itu dilakukan dalam rangka menjawab tantangan dalam persaingan dewasa ini maka pihak penyedia jasa umroh dan haji harus selalu mampu mengukur sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan. Keputusan konsumen merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2003). Definisi lain keputusan konsumen adalah preferensi konsumen atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler, 2005). Adapun secara jelas hubungan kualitas layanan, pembimbing, legalitas travel, referensi, harga dan prosedur terhadap keputusan pemilihan travel umroh dapat dilihat pada Gambar 1



**Gambar 1 Kerangka Konsep**

### **HIPOTESIS PENELITIAN**

Hipotesa adalah pernyataan tentang suatu dalil, tetapi kebenarannya belum diuji secara empiris sebagai berikut (Hariwijaya, 2011):

- H1 : Legalitas travel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.
- H2 : Kualitas pembimbing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.
- H3 : *Group reference* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.
- H4 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.
- H5 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.
- H6 : Kemudahan prosedur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan travel umroh.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Menurut Siswanto (2012: 8): "Penelitian deskriptif dilakukan dengan mengumpulkan data-data untuk mendapatkan gambaran hasil penelitian".

#### **Sampel**

Populasi menurut Ridwan (2010: 54) adalah 'wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya'. Adapun jumlah populasidalam penelitian ini adalah sebanyak 100 yang meliputi konsemen.

Sampel

### **Teknik Analisis Data**

Untuk menjelaskan permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan, pembimbing, legalitas travel, refrensi, harga dan prosedur terhadap keputusan pemilihan travel umroh.

### **Uji Hipotesis**

Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali, 2011:58).

### **Pengaruh Uji t**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian secara parsial dilakukan dengan membandingkan anatara nilai profitabilitas dengan nilai  $\alpha$  (Priyanto, 2011) :Jika  $P < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolakJika  $P > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima

### **Pengaruh Uji F**

Uji F ini dilakukan pengujian secara normatif menggunakan pengujian satu arah yaitu untuk mengetahui ada sejauh mana variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian secara simultan dan parsial dilakukan dengan membandingkan anatara nilai profitabilitas dengan nilai  $\alpha$  (Priyanto, 2011) : Jika  $P < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak Jika  $P > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan**

Secara umum hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa lima variabel independen yaitu Legalitas Travel, Pembimbing, *Group reference*, Kualitas layanan, Harga dan Kemudahan Prosedur memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh.

### **Pengaruh Legalitas Travel Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

Legalitas Travel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan Legalitas Travel terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasar dan Manoj (2015) yang menyatakan bahwa Legalitas Travel merupakan

faktor utama dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

#### **Pengaruh Pembimbing Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

Pembimbing berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan ada pengaruh Pembimbing terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasar dan Manoj (2015) yang menyatakan bahwa Pembimbing merupakan faktor utama dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

#### **Pengaruh *Group reference* Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

*Group reference* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan *Group reference* terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasar dan Manoj (2015) menyatakan bahwa faktor *Group reference* merupakan faktor utama dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

#### **Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas layanan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Razak *et al.* (2013) yang mengemukakan bahwa Kualitas layanan merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

#### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan Harga terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Razak *et al.* (2013) yang mengemukakan bahwa Harga merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

#### **Pengaruh Kemudahan Prosedur Terhadap Keputusan konsumen Travel Umroh**

Kemudahan Prosedur memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil pengujian hipotesis 6 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan Kemudahan Prosedur terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khoo-Latthimore dan Thyne (2008) yang menunjukkan bahwa Kemudahan Prosedur yang dijadikan dasar konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Legalitas Travel berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan Legalitas Travel mempengaruhi pengambilan keputusan.
2. Pembimbing berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan pembimbing yang dapat diandalkan.
3. *Group reference* berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan mudah memperoleh informasi dari *Group reference* yang berkaitan dengan travel umroh.
4. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan memberikan pelayanan yang menarik.
5. Harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan harga yang variatif.
6. Kemudahan Prosedur berpengaruh terhadap keputusan konsumen Travel Umroh. Hal ini dilihat dari sebagian responden menilai pemilihan Travel Umroh dikarenakan kemudahan untuk mendaftar dan adanya kemudahan dalam pemenuhan persyaratan.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka direkomendasikan untuk meningkatkan pemilihan konsumen yaitu dengan memperhatikan :

1. Pada indikator Legalitas Travel memperhatikan item tentang Travel travel memiliki izin kepemilikan dan keabsyahan atas setifikat usaha. Artinya travel umroh sudah diakui secara hukum.
2. Pada indikator Pembimbing memperhatikan item tentang Pembimbing umroh dan haji memiliki keterampilan menyampaikan materi bimbingan secara mendalam. Artinya pihaktravel umroh harus memperhatikan dengan seksama terkait pembimbing yang akan membimbing jamaah, sehingga harus lah tepat dalam menentukan atau memilih pembimbing umroh.
3. Pada indikator *Group reference* kompetitif memperhatikan item tentang Informasi travel umroh dan haji diperoleh dari teman. Artinya rekan-rekan dari pemilik Travel Umroh dapat lebih baik lagi dalam melakukan promosi dan perkenalan produk Travel Umroh agar dapat sampai pada setiap segmen konsumen Travel Umroh.
4. Pada indikator Kualitas layanan memperhatikan item tentang Travel umroh



dan haji memberikan pelayanan prima kepada setiap konsumen dalam pengurusan berkas. Artinya pihak travel umroh harus memiliki daya saing tinggi terutama dalam hal pelayanan sehingga dapat meninggalkan kesan yang baik kepada setiap konsumen yang sudah menggunakan travel umroh.

5. Pada indikator Harga memperhatikan item tentang Travel umroh dan haji memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen serta bersaing dengan travel lain yang sejenis. Artinya pihak travel umroh harus mampu memberikan yang terbaik untuk konsumen dan bersaing dengan pasar.
6. Pada indikator Kemudahan Prosedur memperhatikan item tentang Travel umroh dan haji memberikan pelayanan dengan proses cepat. Artinya pihak Travel Umroh tidak melakukan penundaan terhadap berkas konsumen yang sudah masuk untuk mendaftar umroh sehingga harus segera untuk diproses.

### **Keterbatasan**

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian sebagai berikut :

1. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,675 artinya : variansi (keragaman) keputusan konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh pada sebesar 0,675 atau 67,50% dijelaskan atau dipengaruhi oleh Legalitas Travel (X1), Pembimbing (X2), *Group reference* (X3), Kualitas layanan (X4), Harga (X5) dan Kemudahan Prosedur (X6). Sedangkan > 22,50 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2. Diperlukan penelitian lanjutan tentang faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen travel umroh untuk memasukkan faktor-faktor lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Travel Umroh.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adona, Fitri. (2006). Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi Padang: Andalas University Press.
- Agus Winanto. (2011). Analisis Preferensi Atribut terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah di Kota Palembang. Jurnal .Vol 14, No 1.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bellenger, Danny. N. and Jac L. Goldstrucker, (1983). Retailing Basics. Richard D. Irwin Inc., Homewood, Illinois.
- Dadan, Kusnandar. (2004). Metode Statistik dan Aplikasinya dengan Minit dan Excel. Penerbit Yogyakarta: Madyan Press.
- Elberse. (2004). Integrated Marketing Communication. Jakarta: PPM.
- Freddy, Rangkti. (2003). Riset Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,



- Ghozali, Imam (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 19. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. (2003). Ekonometrika Dasar Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Griffin, Jill. (2003). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Jakarta: Erlangga
- Gremler, Dwane D. dan Stephen W. Brown, (1996). Service Loyalty; Its Nature, Importance, and Implication, Published by: ISQA Inc c/o Business Research Institute, St John's University, Jamaica, New York, USA
- Gronroos, Christian (2001). Service Management and Marketing : a Customer Relationship Management Approach. Chichester. Wiley
- Harrison, Shirley, (2000). Public Relation: An Introduction, Second Edition, Thomson Learning, London  
(<https://books.google.co.id/books?id=djAybSNdvMUC&pg=PA92&dq=shirley+harrison+corporate+image&hl=id&sa=X&ei=oUaGVbfKFIeLuASS3bKICQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=shirley%20harrison%20corporate%20image&f=false>).
- Hariwijaya. (2011). Pedoman Penulisan Skripsi dan Tesis. Jakarta: Penerbit Oryza.
- Haynes, R.M. dan DuVall, P.K. (1992). Service Quality Management: A process-Control Approach. International Journal of Service Industry Management, 3(1) : 14-24.
- Istijanto, Fandy. (2010). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia.
- Iqbal Efendi. (2015). Pengaruh Legalitas Usaha Terhadap Pembelian Produk Usaha Pada UKM di Kota Magelang. Journal of Business Strategy and Execution
- Kotler, Philip, and Keller Kevin Lane (2013). Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, and Keller Kevin Lane, (2013). Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 2, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2007). Principles Of Marketing. Alih Bahasa Benjamin Molan, Jakarta : Prehalindo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdai, (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2, Penerbit Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. (2009). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi keempat. Jilid 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mulyadi. 2008. Sistem Akuntansi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat
- Michael. (2002). Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Mohammad Savier Azmy (2008). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Dalam Pemilihan Biro Perjalanan Umroh Dan Haji Khusus. Journal of Business Strategy and Execution vol. 1 no. 1. Mowen, C. dan Minor John.
- Naumann and Kathleen Giel, (1995). Customer Satisfaction Measurement and Management Cincinnati, Ohio: Thomas Executive Press.
- Priyanto, Duwi, (2011). Buku Saku Analisis Statistik Data, Yogyakarta : Penerbit Media Kom.
- Philippus M. Hadjon. (1993). Pengantar Hukum Perizinan, Surabaya. Yuridika
- Riduwan. (2004). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Cetakan Pertama.
- Riduwan, (2010). Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian, Edisi 7, Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Santoso, S. (2003). SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2012). Path Analysis dengan SPSS Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2006). Research Method For Business Edisi 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Siswanto, Victorianus. (2012). Strategi dan langkah-langkah Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, (2007). Dasar-Dasar Public Relation Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sritua, Arief. (1993). Metodologi Penelitian Ekonomi Jakarta : UI Press
- Subagyo, Ahmad, (2010). Marketing in Business Penerbit Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan RND Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sutisna. (2003). Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumarwan, Ujang. (2003). Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2006). Pemasaran Jasa Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa Jogjakarta: Penerbit ANDI.
- Winer, Russells. (2004) Marketing Management Edisi Kedua. New Jersey: Pearson Educational Internasional, Upper Saddle River.
- Wahyu Ariani, D. (2009). Manajemen Operasi Jasa, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zeithaml, Valarie A. Mary Jo Bitner, (2000). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition Hill. . New York : McGraw
- Zainal, Arifin. (2012). Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Bandung.