

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel kepercayaan, *customer experience* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh pada PT. Nadhira Berkah Haramain.

3.1.2 Sumber Data

Adapun sumber data pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

3.1.2.1. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, data penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber asli. Jenis data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cross Section*.

Data *Cross Section* adalah data yang dikumpulkan dalam satu waktu terhadap banyak individu, dan tidak dilakukan penelitian lain di

waktu yang berbeda untuk diperbandingkan. (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data *cross section* berupa hasil penyebaran kuesioner jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain yaitu 60 orang Jamaah.

Data primer dalam penelitian ini didapat dari sumber informan yaitu jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain. Adapun bentuk data primer dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner/angket kepada jamaah umroh PT. Nadhira Berkah Haramain tahun 2022 sebanyak 60 orang.

3.1.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihaklain, data ini merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara.

Data sekunder dalam penelitian berupa buku, jurnal, artikel dan sumber penelitian lain yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, *customer experience*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah/pelanggan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Nadhira Berkah Haramain yang terletak di Jl. Platina Raya Lingk-21 Kel. Rengas Pulau Kec. Medan Marelan

Waktu penelitian ini direncanakan dari bulan Maret 2023 sampai bulan Agustus 2023

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
1	Pengumpulan Data																								
2	Pengajuan Judul																								
3	Penyusunan Proposal																								
4	Bimbingan Proposal																								
5	Seminar proposal																								
6	Pengolahan Data																								
7	Bimbingan Skripsi																								
8	Sidang Meja hijau																								

(Sumber: Data diolah,2023)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017:126) ”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi merupakan kumpulan dari individu, atau unit, atau unsur yang dijadikan obyek atau sasaran penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data *cross section* sehingga peneliti mengambil jumlah populasi dari jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah tahun 2022.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain tahun 2022 sebanyak 60 orang. (Rustam Effendi, 2023)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan adalah sampling

jenuh. Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana jumlah keseluruhan dari populasi yang ada digunakan menjadi sampel. Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain tahun 2022. (Rustam Effendi, 2023)

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh kepercayaan, *customer experience*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah. Definisi operasional dan aspek pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kepuasan Jamaah (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	1. Kesesuaian 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasi	Likert
2.	Kepercayaan (X1)	Kepercayaan merupakan pondasi utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas.	1. kemampuan (<i>ability</i>), 2. kebaikan hati (<i>benevolence</i>), 3. integritas (<i>integrity</i>).	Likert
3.	<i>Customer Experience</i> (X2)	<i>Customer Experience</i> adalah Bentuk tanggapan atau pendapat dari seorang pelanggan atas perlakuan atau aksi yang diterimanya sebagai sebuah pengalaman dari interaksinya dengan perusahaan tertentu.	1. Perasa (<i>Sense</i>) 2. Pemikiran (<i>Think</i>) 3. Hubungan (<i>Relate</i>)	Likert
4.	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang	1. Bukti fisik/ Berwujud (<i>Tangible</i>)	Likert

		diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	2. Kehandala 3. Ketanggapan 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	
--	--	--	---	--

(Sumber: Data diolah,2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu perangkat atau alat yang digunakan peneliti dalam menggali data dan fakta yang diperlukan dalam penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

3.5.1. Angket (Kuesioner)

Angket (Kuesioner) adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan. Skalah likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah

(ketiga). Skala likert paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibandingkan skala lainnya.

Skor skala likert yang digunakan untuk mengukur derajat setuju atau tidak setuju dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Skor Skala Likert

No	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.5.2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen dengan menggunakan bukti seperti buku, jurnal, internet.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan suatu instrumen. Untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dapat dilakukan menghitung korelasi antar skor butir pertanyaan dengan

total skor konstruk atau variabel. Rumus pengujian validitas dengan korelasi *product moment* yaitu :

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{xy} : koefisien korelasi antara x dengan y

X : variabel x (butir pertanyaan)

Y : variabel y (skor total)

N : Jumlah individu dalam sampel.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- a. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a diterima

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner. Rumus *Cronbach Alpha* yaitu :

$$R_n = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum ob^2}{o^2} \right]$$

Keterangan :

R_n : Relatif Instrument

K : Banyaknya pertanyaan

$\sum ob^2$: Jumlah Varians

O^2 : Varians Total

Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26, maka dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitasnya. Uji Reliabilitas dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan. Kriteria pengambilan keputusan untuk menemukan reliabilitasnya yaitu apabila nilai r lebih besar dari 0,60 maka instrument tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya, apabila nilai r lebih kecil 0,60 maka instrumen tersebut tidak reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden sudah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Metode regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memprediksi atau mengembangkan sebuah model yang diwujudkan dalam persamaan regresi, adapun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini ialah :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e \text{ atau } Y = a + b_1.K + b_2.CE + b_3.KP + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Jamaah

a : Konstanta

b_1b_2 : koefisien regresi

K : Kepercayaan

CE : *Customer Experience*

KP : Kualitas Pelayanan

e : error term

Dalam proses pengolahan data, peneliti mempergunakan *software* dengan program *Statistic Package For Social Science* (SPSS) versi 26 untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis *windows*.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui pola dan varian serta kelinearitasan dari suatu data (populasi) normal atau tidak. Ada tiga uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji mulikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Modelregresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi normal. Dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Untuk mengetahui apakah distribusi frekuensi normal atau tidak dapat dilihat dengan ketentuan, adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dimana:

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected/harapan, luas interval kelas

Signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikan $>0,05$ maka distribusi dapat dikatakan normal.
- 2) Jika nilai signifikan $<0,05$ maka distribusi dikatakan tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah korelasi tinggi yang terjadi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya problem multikolinearitas adalah $tolerance < 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \quad \text{atau} \quad Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varians dari residual atau ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi heterokedastisitas. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk uji heteroskedastisitas, yaitu :

1) Metode *Scatter Plot*

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Pada metode *Scatter Plot*, kriteria dalam penilaian adalah sebagai berikut :

- a) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja.
- c) Penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

2) Uji Glejser

Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 5% atau 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians pada variabel yang satu dengan variabel lainnya. Adapun persamaan untuk uji glejser adalah sebagai berikut :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_i$$

3.7.3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (t-test) bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen kepercayaan (X_1), *customer experience* (X_2), kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan jamaah (Y). Adapun persamaan uji t adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinan

n = Jumlah data

untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen dan dependen dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1) H_0 akan diterima jika nilai signifikan $> 0,05$.

2) H_0 akan ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$.

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kepercayaan, *customer experience*, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah secara simultan. Dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien determinan

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = $k (n-k-1)$ dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{sig} < 0,05$.
- 2) H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{sig} > 0,05$.

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat PT. Nadhira Berkah Haramain

PT. Nadhira Berkah Haramain didirikan oleh Bapak Rustam Effendi S.H di Kota Medan melalui surat keputusan Kemenkumham RI Nomor: AHU-000134.AH.01.01 pada tanggal 10 Januari 2019 yang beralamat di JL. Platina Raya Lingk-21 Kel. Rengas Pulau Kecamatan Medan Marelan. PT. Nadhira Berkah Haramain fokus melayani masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah umroh maupun haji ke Baitullah.

PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki pelayanan yg meliputi; Manasik (bimbingan) ibadah Haji dan Umrah secara modern (Audio, Visual, Digital), yang setiap perusahaan baik cabang maupun pusat, dalam pelaksanaan manasik umrah ini menyediakan tempat sesuai lokasi kantor seperti halnya PT. Nadhira Berkah Haramain melaksanakan bimbingan manasik umroh di Asrama haji Medan. Dalam bimbingan manasik ini PT Nadhira Berkah Haramain memberikan bimbingan secara menyeluruh berupa informasi dan juga praktek.

PT. Nadhira Berkah Haramain adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan ibadah haji khusus dan umroh. Khusus disini dapat diartikan sebagai pemberian perhatian lebih kepada para jamaah, PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada para jamaah ketika masih di tanah air maupun di Arab Saudi. Sehingga membuat para jamaah nyaman dan dapat mempercayakan perjalanan ibadah umrohnya pada PT. Nadhira Berkah Haramain.

PT. Nadhira Berkah Haramain sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah mempunyai komitmen menjalankan ibadah sesuai sunnah dengan pembimbing yang berpengalaman, dan memberikan fasilitas yang berkualitas serta professional.

4.1.1.2 Logo, Visi dan Misi PT. Nadhira Berkah Haramain

a. Logo PT. Nadhira Berkah Haramain

Adapun logo dari PT. Nadhira Berkah Haramain adalah sebagai berikut:



Gambar 4 1 Logo PT. Nadhira Berkah Haramain

Sumber: PT. Nadhira Berkah Haramain

b. Visi PT. Nadhira Berkah Haramain

Adapun Visi PT Nadhira Berkah Haramain adalah:

- 1) Menjadikan penyelenggaraan haji khusus dan umroh dengan pelayanan prima dan memberikan pendidikan serta pengembangan dakwah sunnah di bidang haji dan umroh dengan bimbingan ibadah sesuai Al-qur'an dan sunnah.
- 2) Memberikan pelayanan tour&travel dengan kualitas pelayanan terbaik yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya dengan mengutamakan kepuasan jamaah.

c. Misi PT. Nadhira Berkah Haramain

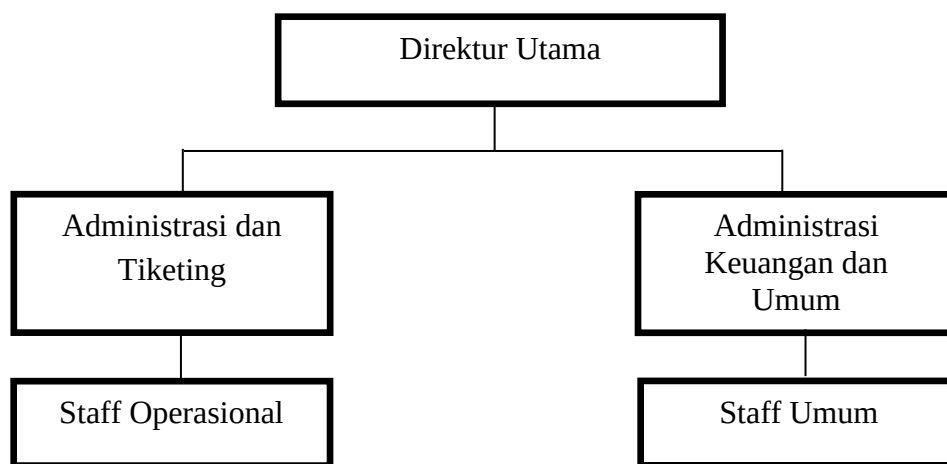
Adapun Misi PT. Nadhira Berkah Haramaian adalah:

“Menjadikan pilihan utama bagi masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh sesuai sunnah serta berperan aktif dalam pengembangan dakwah sunnah untuk mencapai haji dan umroh yang mabrur.”

4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

a. Struktur Organisasi PT. Nadhira Berkah Haramain

Berikut ini adalah susunan organisasi pada PT Nadhira Berkah Haramain:



Gambar 4 2 Struktur Organisasi
Sumber: PT. Nadhira Berkah Haramain

b. Uraian Tugas

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1) Direktur Utama

Tugas Direktur Utama Perusahaan adalah sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin perusahaan Perseroan Terbatas. Adapun tugas dan wewenang direktur utama adalah sebagai berikut :

- a) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- b) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan

- c) Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan
- d) Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan

2) Administrasi Umroh&tiketing

Tugas dari administrasi Umroh adalah mengatur semua tentang prosedur pendaftaran calon jamaah, serta biaya keberangkatan calon jamaah umroh.

3) Administrasi keuangan

Adapun tugas administrasi keuangan pada perusahaan adalah menyusun anggaran belanja, menentukan sumber biaya dan cara penggunaannya, serta membuat pembukuan tentang semua hal yang berkaitan dengan proses pembiayaan dan pengeluaran keuangan agar penggunaan biaya dapat efektif dan efisien .

4) Staff Oprasional dan Marketing

Tugas Staff Oprasional dan Marketing adalah bertanggung jawab untuk membantu seluruh aktifitas kegiatan operasional perusahaan. Dan memasarkan paket-paket haji plus maupun umroh

5) Staff umum

Tugas dari staff umum adalah menyiapkan segala perlengkapan haji dan umrah seperti:

- a) Koper, tas sandang/ tas jinjing
- b) Kain ihram,mukena,jilbab
- c) Pakaian seragam

- d) Buku manasik
- e) Bimbingan manasik teori & praktek

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik deskriptif responden dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden yang merupakan jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain Tahun 2022. Karakteristik deskriptif responden dalam penelitian ini meliputi karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, Adapun karakteristik deskriptif responden dalam penelitian ini dapat diuraikan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	19	31.7	31.7	31.7
	Perempuan	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 19 orang dengan persentase 31,7%, responden dengan jenis kelamin perempuan sebagai sebanyak 41 orang atau 68,3%, Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain adalah berjenis kelamin perempuan sebesar 68,3%

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	6	10.0	10.0	51,7
	21-30 Tahun	20	33.3	33.3	41.7
	31-40 Tahun	6	10.0	10.0	51.7
	41-50 Tahun	18	30.0	31.7	83.3
	>50 Tahun	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan usia kurang dari 20 Tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 10%, responden dengan usia antara 21-30 tahun sebanyak 20 orang atau 33,3%, responden dengan usia antara 31-40 Tahun sebanyak 6 orang atau 10%, responden

dengan usia 41-50 Tahun sebanyak 18 orang atau 30% dan responden dengan usia lebih dari 50 Tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 16,7%, Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain adalah jamaah dengan usia lebih dari 21-30 Tahun sebesar 33,3%

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	35	58,3	58,3	58.3
	D3/S1	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan SMA/SMK sebanyak 35 orang atau 58,3%, responden dengan pendidikan D3/S1 sebanyak 25 orang atau 41,7% Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain adalah jamaah dengan pendidikan SMA sebesar 58,3%

Tabel 4 4 Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	5	8.3	8.3	8.3
	Ibu Rumah Tangga	14	23.3	23.3	31.7
	Karyawan Swasta	14	23.3	23.3	55.0
	PNS	3	5.0	5.0	60.0
	Wirausaha	22	36.7	36.7	96.7
	BUMN	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 5 orang atau 8,3%, responden dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 14 orang atau 23,3%, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 14 orang atau 23,3%, responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 3 orang atau 5%, responden dengan pekerjaan sebagai Wirausaha sebanyak 22 orang atau 36,7% dan responden dengan pekerjaan sebagai BUMN sebanyak 2 orang atau 3,3% Maka dapat disimpulkan bahwa

mayoritas jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain adalah jamaah dengan pekerjaan sebagai Wirausaha sebanyak 36,7%

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai jawaban atas item item pernyataan dari hasil kuesioner yang diajukan pada responden. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 5 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban						
			STS	TS	N	S	SS	Total
1	PT. Nadhira Berkah Haramain mampu menangani keluhan jamaah	F	2	18	10	21	9	60
		%	3.3	30.0	16.7	35.0	15.0	100
2	PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki pembimbing umroh yang fasih dalam melafalkan ayat Al-Quran	F	4	17	13	16	10	60
		%	6.7	28.3	21.7	26.7	16.7	100
3	Karyawan PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan jawaban jelas saat ada pertanyaan dari jamaah umroh	F	5	14	16	17	8	60
		%	8.3	23.3	26.7	28.3	13.3	100
4	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan kualitas pelayanan yang baik.	F	4	15	18	16	7	60
		%	6.7	25.0	30.0	26.7	11.7	100
5	PT. Nadhira Berkah Haramain mengedepankan kepuasan jamaah	F	4	15	16	18	7	60
		%	6.7	25.0	26.7	30.0	11.7	100
6	Komunikasi yang terbuka dan jelas dapat memperkuat kepercayaan antara jamaah dan PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	3	15	14	17	11	60
		%	5.0	25.0	23.3	28.3	18.3	100
7	Keterbukaan dalam menangani masalah atau keluhan jamaah dapat meningkatkan tingkat kepercayaan jamaah	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100
8	Kepercayaan adalah pondasi dari hubungan jangka panjang antara jamaah dan PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	12	18	15	10	60
		%	8.3	20.0	30.0	25.0	16.7	100
9	Pemberian informasi yang akurat dan transparan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain dapat	F	4	14	18	16	8	60
		%	6.7	23.3	30.0	26.7	13.3	100

	memperkuat kepercayaan jamaah.							
10	Kepercayaan yang terjalin dengan baik dapat mengurangi ketidakpastian dalam hubungan antara jamaah dan PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	14	16	17	8	60
		%	8.3	23.3	26.7	28.3	13.3	100
11	Keramahan dan etika kerja yang baik dari staf PT. Nadhira Berkah Haramain dapat meningkatkan kepercayaan jamaah.	F	4	15	18	16	7	60
		%	6.7	25.0	30.0	26.7	11.7	100
12	Saya merasa yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan memberikan pelayanan yang terbaik.	F	4	15	16	18	7	60
		%	6.7	25.0	26.7	30.0	11.7	100
13	Saya percaya bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan bertanggung jawab atas keselamatan dan keamanan saya selama umroh.	F	3	15	14	17	11	60
		%	5.0	25.0	23.3	28.3	18.3	100
14	Saya percaya bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan memberikan pelayanan yang profesional.	F	2	17	16	14	11	60
		%	3.3	28.3	26.7	23.3	18.3	100
15	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan menyediakan transportasi yang nyaman dan aman.	F	5	16	13	15	11	60
		%	8.3	26.7	21.7	25.0	18.3	100
16	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan menyediakan penginapan yang bersih dan nyaman.	F	5	13	17	10	15	60
		%	8.3	21.7	28.3	16.7	25.0	100
17	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan menyediakan makanan yang halal dan bergizi.	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100
18	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan menyediakan pemandu yang berpengalaman dan profesional.	F	3	14	20	13	10	60
		%	5.0	23.3	33.3	21.7	16.7	100
19	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan memberikan bimbingan ibadah yang sesuai dengan syariat Islam.	F	2	17	16	14	11	60
		%	3.3	28.3	26.7	23.3	18.3	100
20	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan memberikan pelayanan yang terjangkau.	F	2	16	10	18	14	60
		%	3.3	26.7	16.7	30.0	23.3	100
21	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain akan memberikan informasi yang akurat dan lengkap	F	5	16	13	15	11	60
		%	8.3	26.7	21.7	25.0	18.3	100

	tentang umroh							
22	Jamaah yang merasa percaya terhadap PT. Nadhira Berkah Haramain cenderung lebih puas dengan layanan mereka.	F	5	13	17	10	15	60
		%	8.3	21.7	28.3	16.7	25.0	100
23	Saya memiliki keyakinan yang dalam bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain adalah mitra yang dapat diandalkan dalam perjalanan spiritual saya	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100
24	Keyakinan saya terhadap PT. Nadhira Berkah Haramain terkait dengan kualitas dan konsistensi pelayanan yang mereka berikan kepada jamaah	F	3	14	20	13	10	60
		%	5.0	23.3	33.3	21.7	16.7	100
25	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain selalu berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah.	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100
26	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain selalu mengutamakan kesejahteraan jamaahnya dan memiliki visi yang jelas untuk membimbing mereka	F	5	16	13	15	11	60
		%	8.3	26.7	21.7	25.0	18.3	100
27	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain adalah lembaga yang berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan iman jamaah	F	5	13	17	10	15	60
		%	8.3	21.7	28.3	16.7	25.0	100
28	Keyakinan saya terhadap PT. Nadhira Berkah Haramain diperkuat oleh upaya mereka dalam memfasilitasi komunikasi	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100
29	Saya yakin bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki komitmen yang tak tergoyahkan untuk menjaga integritas dan martabat agama	F	3	14	20	13	10	60
		%	5.0	23.3	33.3	21.7	16.7	100
30	Keyakinan saya terhadap PT. Nadhira Berkah Haramain didasarkan pada ketaatan mereka terhadap nilai-nilai Islam dalam menyediakan layanan	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis deksriptif pada variabel kepercayaan (X1) pada tabel diatas

menunjukkan bahwa pada variabel kepercayaan (X1) diperoleh nilai tertinggi sebesar 35%

pada pernyataan “PT. Nadhira Berkah Haramain mampu menangani keluhan jamaah” hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai PT. Nadhira Berkah Haramain mampu menangani keluhan jamaah dengan baik.

Pada variabel kepercayaan (X1) diperoleh nilai terendah sebesar 3,3% pada pernyataan “PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki pembimbing umroh yang fasih dalam melafalkan ayat Al-Quran” hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil responden yang menilai PT. Nadhira Berkah Haramain tidak memiliki dan merasa pembimbing yang disediakan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain mampu dan fasih dalam melafalkan ayat Al-Quran.

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel *Customer experience* (X2)

No	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban						
			STS	TS	N	S	SS	Total
1	Saya merasa nyaman dan aman pergi umroh dengan PT. Nadhira Berkah Haramain	F	3	15	14	17	11	60
		%	5.0	25.0	23.3	28.3	18.3	100
2	PT. Nadhira Berkah memberikan kesan yang menyenangkan bagi jamaah	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100
3	Saya merasa nyaman dan aman pergi umroh dengan menggunakan travel PT. Nadhira Berkah Haramain	F	5	12	18	15	10	60
		%	8.3	20.0	30.0	25.0	16.7	100
4	Saya mendapatkan pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan PT. Nadhira Berkah Haramain	F	2	20	16	12	10	60
		%	3.3	33.3	26.7	20.0	16.7	100
5	PT. Nadhira Berkah Haramain menjaga hubungan yang baik dengan jamaah	F	4	14	18	16	8	60
		%	6.7	23.3	30.0	26.7	13.3	100
6	Pengalaman saya di PT. Nadhira Berkah Haramain telah meningkatkan pemahaman saya tentang ajaran agama Islam.	F	3	17	14	17	9	60
		%	5.0	28.3	23.3	28.3	15.0	100
7	Saya memiliki pengalaman yang positif selama beribadah di PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	13	15	14	13	60
		%	8.3	21.7	25.0	23.3	21.7	100
8	Selama berada di PT. Nadhira Berkah Haramain, saya merasa mendapatkan kedamaian batin.	F	5	13	19	15	8	60
		%	8.3	21.7	31.7	25.0	13.3	100

9	Saya merasa bahwa pengalaman beribadah di PT. Nadhira Berkah Haramain sangat berharga.	F	2	21	16	12	9	60
		%	3.3	35.0	26.7	20.0	15.0	100
10	Selama berada di PT. Nadhira Berkah Haramain, saya merasa dekat dengan komunitas jamaah.	F	5	14	19	14	8	60
		%	8.3	23.3	31.7	23.3	13.3	100
11	Pengalaman saya di PT. Nadhira Berkah Haramain selalu memberikan rasa kepuasan.	F	3	15	14	18	10	60
		%	5.0	25.0	23.3	30.0	16.7	100
12	Pengalaman saya di PT. Nadhira Berkah Haramain telah memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari saya.	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100
13	Selama berada di PT. Nadhira Berkah Haramain, saya merasa bahwa saya mendapatkan panduan yang baik dalam praktik agama Islam.	F	6	12	17	16	9	60
		%	10.0	20.0	28.3	26.7	15.0	100
14	Pengalaman saya dalam beribadah di PT. Nadhira Berkah Haramain selalu membuat saya merasa disambut.	F	2	21	17	11	9	60
		%	3.3	35.0	28.3	18.3	15.0	100
15	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan perhatian yang tepat terhadap kebutuhan pribadi saya.	F	4	14	20	14	8	60
		%	6.7	23.3	33.3	23.3	13.3	100
16	Selama berada di PT. Nadhira Berkah Haramain, saya merasa mendapatkan panduan yang akurat tentang tata cara ibadah.	F	3	15	14	17	11	60
		%	5.0	25.0	23.3	28.3	18.3	100
17	Pengalaman saya dalam berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan keagamaan di PT. Nadhira Berkah Haramain selalu memuaskan.	F	6	12	13	14	15	60
		%	10.0	20.0	21.7	23.3	25.0	100
18	Pengalaman saya di PT. Nadhira Berkah Haramain selalu memberikan rasa keamanan dan kenyamanan.	F	5	11	17	17	10	60
		%	8.3	18.3	28.3	28.3	16.7	100
19	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan pengalaman beribadah yang kaya makna dan mendalam.	F	2	21	16	11	10	60
		%	3.3	35.0	26.7	18.3	16.7	100
20	Pengalaman saya dalam berinteraksi dengan sesama jamaah di PT. Nadhira Berkah Haramain selalu positif.	F	4	15	17	16	8	60
		%	6.7	25.0	28.3	26.7	13.3	100

21	Saya merasa terbantu dengan adanya panduan dalam mengurus administrasi perjalanan.	F	3	16	15	17	9	60
		%	5.0	26.7	25.0	28.3	15.0	100
22	Saya merasa senang dengan akomodasi yang disediakan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	6	13	15	14	12	60
		%	10.0	21.7	25.0	23.3	20.0	100
23	Saya merasa diberikan kesempatan untuk beribadah dengan tenang dan khusyuk.	F	5	13	18	16	8	60
		%	8.3	21.7	30.0	26.7	13.3	100
24	Saya merasa diberikan motivasi untuk meningkatkan ibadah setelah perjalanan.	F	2	21	16	12	9	60
		%	3.3	35.0	26.7	20.0	15.0	100
25	Saya merasa mendapatkan pengetahuan baru tentang tempat-tempat suci.	F	4	14	20	15	7	60
		%	6.7	23.3	33.3	25.0	11.7	100
26	Saya merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	3	16	15	17	9	60
		%	5.0	26.7	25.0	28.3	15.0	100
27	Saya merasa mendapatkan pengalaman yang tidak terlupakan selama perjalanan.	F	1	53	1	2	3	60
		%	1.7	88.3	1.7	3.3	5.0	100
28	Saya merasa mendapatkan pengetahuan yang berguna untuk kehidupan sehari-hari.	F	5	14	18	15	8	60
		%	8.3	23.3	30.0	25.0	13.3	100
29	Saya merasa diberikan pilihan yang fleksibel dalam pembayaran.	F	2	21	16	11	10	60
		%	3.3	35.0	26.7	18.3	16.7	100
30	Saya merasa puas dengan pengalaman perjalanan bersama PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	4	14	19	16	7	60
		%	6.7	23.3	31.7	26.7	11.7	100

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis deksriptif pada variabel *Customer experience* (X2) pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel *customer experience*(X2) diperoleh nilai tertinggi sebesar 28,3% pada pernyataan “PT. Nadhira Berkah Haramain menjaga hubungan yang baik dengan jamaah” hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai karyawan PT. Nadhira Berkah Haramain menjaga hubungan yang baik kepada jamaah sebelum maupun setelah selesai pergi umroh.

Pada varibel *Customer experience* (X2) diperoleh nilai terendah sebesar 5% pada pernyataan “Saya merasa nyaman dan aman pergi umroh dengan PT. Nadhira Berkah

Haramain” hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil responden yang merasa tidak nyaman dan kurang aman pergi umroh dengan travel PT. Nadhira Berkah Haramain.

Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban						
			STS	TS	N	S	SS	Total
1	PT. Nadhira memiliki fasilitas yang memadai	F	2	17	16	14	11	60
		%	3.3	28.3	26.7	23.3	18.3	100
2	PT. Nadhira Berkah Haramain selalu melayani jamaah dengan sopan	F	5	16	13	15	11	60
		%	8.3	26.7	21.7	25.0	18.3	100
3	PT. Nadhira Berkah Haramain bersedia menolong jamaah yang sedang kesulitan	F	5	13	17	10	15	60
		%	8.3	21.7	28.3	16.7	25.0	100
4	PT. Nadhira Berkah Haramain sudah terjamin izin usahanya	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100
5	PT. Nadhira Berkah Haramain selalu memberikan perhatian penuh terhadap setiap jamaah	F	3	14	20	13	10	60
		%	5.0	23.3	33.3	21.7	16.7	100
6	PT. Nadhira Berkah Haramain menjamin keamanan dan kenyamanan jamaah selama umroh.	F	2	18	15	15	10	60
		%	3.3	30.0	25.0	25.0	16.7	100
7	PT. Nadhira Berkah Haramain menyediakan fasilitas yang aman dan nyaman bagi jamaah	F	5	17	13	15	10	60
		%	8.3	28.3	21.7	25.0	16.7	100
8	PT. Nadhira Berkah Haramain selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik	F	5	14	16	10	15	60
		%	8.3	23.3	26.7	16.7	25.0	100
9	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang umroh	F	7	11	18	14	10	60
		%	11.7	18.3	30.0	23.3	16.7	100
10	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan pelayanan yang cermat dan tepat	F	3	14	21	13	9	60
		%	5.0	23.3	35.0	21.7	15.0	100
11	Petugas PT. Nadhira Berkah Haramain ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	F	2	18	16	14	10	60
		%	3.3	30.0	26.7	23.3	16.7	100

12	PT. Nadhira Berkah Haramain menjamin keamanan dan kenyamanan jamaah selama umroh	F	5	17	13	15	10	60
		%	8.3	28.3	21.7	25.0	16.7	100
13	Pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain memenuhi kebutuhan saya selama umroh.	F	5	14	18	10	13	60
		%	8.3	23.3	30.0	16.7	21.7	100
14	Pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain dapat memuaskan saya	F	6	12	18	14	10	60
		%	10.0	20.0	30.0	23.3	16.7	100
15	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan informasi yang tepat waktu	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100
16	PT. Nadhira Berkah Haramain tidak membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan.	F	2	18	15	15	10	60
		%	3.3	30.0	25.0	25.0	16.7	100
17	PT. Nadhira Berkah Haramain selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik.	F	5	17	13	15	10	60
		%	8.3	28.3	21.7	25.0	16.7	100
18	Petugas PT. Nadhira Berkah Haramain selalu tersenyum dan bersikap ramah kepada jamaah.	F	5	13	18	10	14	60
		%	8.3	21.7	30.0	16.7	23.3	100
19	Petugas PT. Nadhira Berkah Haramain selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik.	F	7	11	17	14	11	60
		%	11.7	18.3	28.3	23.3	18.3	100
20	PT. Nadhira Berkah Haramain menjamin keamanan dan kenyamanan jamaah selama umroh.	F	3	13	20	13	11	60
		%	5.0	21.7	33.3	21.7	18.3	100
21	Pelayanan dari PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan nilai tambah yang signifikan bagi perkembangan spiritual saya.	F	2	18	15	15	10	60
		%	3.3	30.0	25.0	25.0	16.7	100
22	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki prosedur yang efisien dalam memberikan layanan	F	5	17	13	15	10	60
		%	8.3	28.3	21.7	25.0	16.7	100
23	Saya memiliki keyakinan bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain menjaga kebersihan dan kerapian tempat ibadah mereka.	F	5	14	18	10	13	60
		%	8.3	23.3	30.0	16.7	21.7	100
24	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memahami pentingnya waktu saya dan berusaha untuk menghindari penundaan yang tidak perlu.	F	6	12	19	13	10	60
		%	10.0	20.0	31.7	21.7	16.7	100

25	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki sistem yang efektif untuk mengelola data dan informasi jamaah.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100
26	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki prosedur yang jelas untuk menangani keluhan jamaah.	F	2	18	16	14	10	60
		%	3.3	30.0	26.7	23.3	16.7	100
27	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain selalu mengutamakan kualitas dalam setiap aspek layanan mereka.	F	5	16	13	15	11	60
		%	8.3	26.7	21.7	25.0	18.3	100
28	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki staf yang berdedikasi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah.	F	5	13	18	10	14	60
		%	8.3	21.7	30.0	16.7	23.3	100
29	Pelayanan dari PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan kesempatan untuk berinteraksi dengan komunitas yang sama-sama berpegang pada nilai-nilai agama.	F	6	12	18	14	10	60
		%	10.0	20.0	30.0	23.3	16.7	100
30	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas layanannya.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis deksriptif pada variabel kualitas pelayanan (X3) pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai tertinggi sebesar 33,3% pada pernyataan “PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki fasilitas yang memadai” hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai PT. Nadhira Berkah Haramain telah memiliki fasilitas yang memadai sehingga jamaah yang berangkat umroh dengan travel PT. Nadhira Berkah Haramain merasa puas. Pada varibel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai terendah sebesar 1,7% pada pernyataan “PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki fasilitas yang memadai” hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil responden yang menilai PT. Nadhira Berkah Haramain tidak memiliki fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan jamaah. Hal ini bisa menjadi indikasi bahwa PT. Nadhira Berkah

Haramain masih memiliki ruang untuk perbaikan dalam hal penyediaan fasilitas yang memadai bagi jamaah.

Tabel 4 8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Jamaah (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi dan Persentase Jawaban						
			STS	TS	N	S	SS	Total
1	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan fasilitas yang sesuai dengan harapan saya	F	2	17	16	14	11	60
		%	3.3	28.3	26.7	23.3	18.3	100
2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain	F	2	16	10	18	14	60
		%	3.3	26.7	16.7	30.0	23.3	100
3	PT. Nadhira Berkah Haramain memberikan saya rasa aman sehingga saya ingin kembali pergi umroh dengan PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	13	14	14	14	60
		%	8.3	21.7	23.3	23.3	23.3	100
4	Saya mempertimbangkan untuk pergi umroh kembali menggunakan travel umroh dari PT. Nadhira Berkah Haramain	F	6	12	18	12	12	60
		%	10.0	20.0	30.0	20.0	20.0	100
5	Saya merekomendasikan PT. Nadhira Berkah Haramain kepada teman, saudara dan keluarga yang ingin berangkat umroh	F	3	14	20	13	10	60
		%	5.0	23.3	33.3	21.7	16.7	100
6	Saya merasa puas dengan kemudahan dalam mendapatkan informasi dari PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	2	19	16	14	9	60
		%	3.3	31.7	26.7	23.3	15.0	100
7	Saya merasa puas dengan kecepatan proses pendaftaran umroh di PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	2	16	12	18	12	60
		%	3.3	26.7	20.0	30.0	20.0	100
8	Saya merasa puas dengan kelengkapan persiapan umroh yang dilakukan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	13	15	14	13	60
		%	8.3	21.7	25.0	23.3	21.7	100
9	Saya merasa puas dengan kenyamanan dan keamanan selama di pesawat.	F	7	11	17	13	12	60
		%	11.7	18.3	28.3	21.7	20.0	100
10	Saya merasa puas dengan kebersihan dan kenyamanan kamar hotel.	F	3	14	21	13	9	60
		%	5.0	23.3	35.0	21.7	15.0	100
11	Saya merasa puas dengan keseluruhan pengalaman saya sebagai jamaah umroh di PT. Nadhira Berkah	F	2	18	16	14	10	60
		%	3.3	30.0	26.7	23.3	16.7	100

	Haramain.							
12	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain selama umroh.	F	2	16	10	19	13	60
		%	3.3	26.7	16.7	31.7	21.7	100
13	Saya merasa puas dengan bimbingan ibadah yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain selama umroh.	F	5	13	15	15	12	60
		%	8.3	21.7	25.0	25.0	20.0	100
14	Saya merasa puas dengan keamanan dan kenyamanan yang saya dapatkan selama umroh	F	6	13	18	12	11	60
		%	10.0	21.7	30.0	20.0	18.3	100
15	Saya merasa puas dengan fasilitas penginapan yang disediakan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100
16	Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain sebelum keberangkatan umroh.	F	2	18	16	14	10	60
		%	3.3	30.0	26.7	23.3	16.7	100
17	Saya puas dengan pelayanan makanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	2	16	11	18	13	60
		%	3.3	26.7	18.3	30.0	21.7	100
18	Saya merasa senang dengan pengalaman umroh yang saya dapatkan melalui PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	5	13	15	15	12	60
		%	8.3	21.7	25.0	25.0	20.0	100
19	Saya akan merekomendasikan PT. Nadhira Berkah Haramain kepada orang lain.	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100
20	Saya akan menggunakan jasa PT. Nadhira Berkah Haramain lagi di masa depan.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100
21	Saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan biaya yang saya keluarkan untuk umroh melalui PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	2	18	16	14	10	60
		%	3.3	30.0	26.7	23.3	16.7	100
22	Saya puas dengan keamanan dan kenyamanan yang saya dapatkan selama umroh.	F	2	16	11	18	13	60
		%	3.3	26.7	18.3	30.0	21.7	100
23	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain telah memenuhi harapan saya dalam memberikan layanan.	F	5	13	15	15	12	60
		%	8.3	21.7	25.0	25.0	20.0	100
24	Saya merasa bahwa tingkat kepuasan saya dengan PT. Nadhira Berkah Haramain sangat tinggi.	F	6	12	18	13	11	60
		%	10.0	20.0	30.0	21.7	18.3	100

25	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain telah memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi saya.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100
26	Saya merasa senang dan puas dengan tingkat perhatian dan bantuan yang saya terima dari staf PT. Nadhira Berkah Haramain.	F	2	19	16	14	9	60
		%	3.3	31.7	26.7	23.3	15.0	100
27	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memprioritaskan kepentingan jamaah dalam setiap aspek layanannya.	F	2	16	11	18	13	60
		%	3.3	26.7	18.3	30.0	21.7	100
28	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain memiliki staf yang berkompeten dalam memberikan layanan agama.	F	5	13	15	14	13	60
		%	8.3	21.7	25.0	23.3	21.7	100
29	Saya merasa bahwa PT. Nadhira Berkah Haramain berusaha keras untuk menghindari penundaan yang tidak perlu dalam pelayanan mereka.	F	6	13	18	13	10	60
		%	10.0	21.7	30.0	21.7	16.7	100
30	Saya merasa puas karena PT. Nadhira Berkah Haramain selalu mengutamakan kualitas dalam setiap aspek layanannya.	F	3	15	20	13	9	60
		%	5.0	25.0	33.3	21.7	15.0	100

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil analisis deksriptif pada variabel kepuasan jamaah (Y) pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel kepuasan jamaah (Y) diperoleh nilai tertinggi sebesar 31,7% pada pernyataan “Saya merekomendasikan PT. Nadhira Berkah Haramain kepada teman, saudara dan keluarga yang ingin berangkat umroh” hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dan merekomendasikan PT. Nadhira Berkah Haramain kepada teman, saudara dan keluarga yang ingin berangkat umroh

Pada variabel kepuasan jamaah (Y) diperoleh nilai terendah sebesar 3,3% pada pernyataan “Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain” hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil responden yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nadhira Berkah Haramain.

4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019) menyatakan bahwa “uji validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek”. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrument yang dinilai valid apabila alat yang digunakan dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* pada tabel item-total Statistic dengan kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel *r product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 60 - 2 = 58$, maka r tabel = 0,254. Butir pernyataan dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*, analisis output bisa dilihat dibawah ini.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	93.42	858.010	.672	.985
P2	93.52	853.610	.698	.985
P3	93.55	850.930	.762	.985
P4	93.58	854.484	.746	.985
P5	93.55	856.658	.704	.985
P6	93.40	844.041	.861	.985
P7	93.38	840.410	.842	.985
P8	93.48	845.542	.830	.985
P9	93.57	847.741	.825	.985
P10	93.53	851.304	.784	.985
P11	93.55	850.930	.762	.985
P12	93.58	854.484	.746	.985
P13	93.55	856.658	.704	.985
P14	93.40	844.041	.861	.985
P15	93.45	843.133	.894	.985
P16	93.52	838.898	.882	.985

P17	93.42	833.535	.932	.984
P18	93.52	839.101	.889	.985
P19	93.48	846.593	.858	.985
P20	93.45	843.133	.894	.985
P21	93.27	852.029	.722	.985
P22	93.38	840.410	.842	.985
P23	93.50	838.390	.886	.985
P24	93.48	846.593	.858	.985
P25	93.45	843.133	.894	.985
P26	93.52	838.898	.882	.985
P27	93.42	833.535	.932	.984
P28	93.52	839.101	.889	.985
P29	93.48	846.593	.858	.985
P30	93.38	840.410	.842	.985

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil uji validitas pada variabel kepercayaan (X1) menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* atau rhitung lebih besar dari rtabel (rhitung > rtabel 0,254). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepercayaan (X1) dinyatakan valid

Tabel 4 10 Hasil Uji Validitas Customer experience (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	91.32	902.661	.894	.990
P2	91.30	895.739	.915	.990
P3	91.40	900.481	.916	.990
P4	91.48	901.508	.932	.990
P5	91.45	902.421	.935	.990
P6	91.42	911.230	.785	.991
P7	91.33	906.328	.784	.991
P8	91.48	902.627	.916	.990
P9	91.53	902.660	.930	.990
P10	91.52	903.034	.907	.990
P11	91.33	903.412	.896	.990
P12	91.30	896.349	.907	.990
P13	91.45	901.811	.885	.990
P14	91.55	903.472	.923	.990
P15	91.48	904.017	.919	.990
P16	91.32	905.508	.852	.990
P17	91.28	898.647	.847	.991
P18	91.35	902.604	.888	.990
P19	91.52	904.898	.879	.990
P20	91.47	904.728	.892	.990
P21	91.40	905.397	.879	.990
P22	91.40	898.075	.887	.990
P23	91.47	903.880	.893	.990

P24	91.53	902.660	.930	.990
P25	91.50	903.542	.945	.990
P26	91.40	904.210	.896	.990
P27	92.40	951.837	.323	.992
P28	91.50	902.831	.905	.990
P29	91.52	903.745	.896	.990
P30	91.48	903.339	.943	.990

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil uji validitas pada variabel *Customer experience* (X2) menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* atau rhitung lebih besar dari rtabel (rhitung > rtabel 0,254). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *Customer experience* (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	92.57	1072.453	.921	.995
P2	92.63	1065.016	.942	.995
P3	92.53	1062.931	.941	.995
P4	92.63	1067.219	.924	.995
P5	92.60	1073.024	.933	.995
P6	92.60	1072.990	.921	.995
P7	92.68	1065.440	.947	.995
P8	92.55	1063.947	.921	.995
P9	92.67	1069.955	.886	.995
P10	92.63	1074.643	.931	.995
P11	92.62	1071.596	.943	.995
P12	92.68	1065.440	.947	.995
P13	92.62	1064.952	.939	.995
P14	92.65	1067.655	.933	.995
P15	92.65	1073.994	.931	.995
P16	92.60	1072.990	.921	.995
P17	92.68	1065.440	.947	.995
P18	92.57	1062.724	.959	.995
P19	92.63	1071.355	.852	.995
P20	92.55	1076.150	.880	.995
P21	92.60	1072.990	.921	.995
P22	92.68	1065.440	.947	.995
P23	92.62	1064.952	.939	.995
P24	92.67	1067.514	.938	.995
P25	92.65	1073.994	.931	.995
P26	92.62	1071.596	.943	.995
P27	92.63	1067.219	.914	.995
P28	92.57	1062.724	.959	.995
P29	92.65	1068.367	.924	.995
P30	92.65	1073.994	.931	.995

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* atau rhitung lebih besar dari rtabel (rhitung > rtabel 0,254). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4 12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Jamaah (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	93.29	846.760	.877	.985
P2	93.10	857.783	.670	.986
P3	93.20	844.682	.803	.986
P4	93.34	840.193	.896	.985
P5	93.32	847.981	.878	.986
P6	93.39	847.276	.894	.985
P7	93.17	857.557	.696	.986
P8	93.24	843.425	.834	.986
P9	93.34	841.987	.851	.986
P10	93.36	848.509	.891	.985
P11	93.34	847.883	.871	.986
P12	93.12	857.417	.685	.986
P13	93.25	844.503	.830	.986
P14	93.39	839.518	.917	.985
P15	93.37	848.341	.885	.985
P16	93.34	845.538	.908	.985
P17	93.14	856.878	.694	.986
P18	93.25	844.503	.830	.986
P19	93.36	840.923	.900	.985
P20	93.37	848.341	.885	.985
P21	93.39	847.276	.894	.985
P22	93.14	857.981	.678	.986
P23	93.24	843.425	.834	.986
P24	93.41	842.797	.884	.985
P25	93.37	850.652	.848	.986
P26	93.34	845.538	.908	.985
P27	93.15	857.304	.680	.986
P28	93.29	843.174	.826	.986
P29	93.39	839.518	.917	.985
P30	93.36	848.509	.891	.985

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil uji validitas pada variabel kepuasan jamaah (Y) menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item Total*

Correlation atau *r*hitung lebih besar dari *r*tabel (*r*hitung > *r*tabel 0,254). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan jamaah (Y) dinyatakan valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:166) menyatakan bahwa “uji reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitive dari masa ke masa”. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dapat dilihat melalui nilai *cronbach alpha* yang dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel sebesar 0,60. Adapun kriteria dalam uji Reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,60, maka seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,60, maka seluruh item kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Hasil uji Reliabilitas yang meliputi variabel kepercayaan (X1), *Customer experience* (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan jamaah (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.985	5

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji Reliabilitas pada variabel kepercayaan (X1) menunjukkan bahwa diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,985 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (0,985 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel kepercayaan (X1) dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Customer experience* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.991	5

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji Reliabilitas pada variabel *Customer experience* (X2) menunjukkan bahwa diperoleh nilai *cronbac'h alpha* sebesar 0,991 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbac'h alpha* lebih besar dari 0,60 ($0,991 > 0,60$). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel *Customer experience* (X2) dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.995	5

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji Reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan bahwa diperoleh nilai *cronbac'h alpha* sebesar 0,995 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbac'h alpha* lebih besar dari 0,60 ($0,995 > 0,60$). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Pelayanan (X3) dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Jamaah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.986	5

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji Reliabilitas pada variabel kepuasan jamaah (Y) menunjukkan bahwa diperoleh nilai *cronbac'h alpha* sebesar 0,986 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbac'h alpha* lebih besar dari 0,60 ($0,986 > 0,60$). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner pada variabel kepuasan jamaah (Y) dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.5 Analisis Statistik

4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari

penyimpangan asumsi klasik atau tidak (Ghozali, 2020). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ghozali (2020) untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik. Hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada diatas 0.05 atau 5%. Sebaliknya apabila berada dibawah 0.05 atau 5% data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

Tabel 4 17 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Kepercayaan	Customer Experience	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Jamaah
N		60	60	60	60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	96.70	94.62	95.82	97.30
	Std. Deviation	30.077	31.106	33.819	30.476
Most Extreme Differences	Absolute	.082	.091	.102	.093
	Positive	.082	.082	.102	.087
	Negative	-.079	-.091	-.096	-.093
Test Statistic		.082	.091	.102	.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.197 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					
d. This is a lower bound of the true significance.					

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji normalitas melalui uji *kolmogorov-smirnov* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp.sig (2-tailed)* variabel kepercayaan (X1) $0,200 > 0,05$, variabel *Customer experience* (X2) $0,200 > 0,05$, variabel kualitas pelayanan (X3) $0,197 > 0,05$, variabel kepuasan jamaah (Y) $0,200 > 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ghazali (2020). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Kriteria pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance < 0,10, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 4 18 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.668	3.166		2.106	.040		
	Kepercayaan	.240	.088	.236	2.708	.009	.121	8.274
	Customer Experience	.132	.059	.135	2.249	.028	.257	3.893
	Kualitas Pelayanan	.574	.068	.637	8.430	.000	.161	6.196

a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas dapat dijelaskan yaitu sebagai berikut:

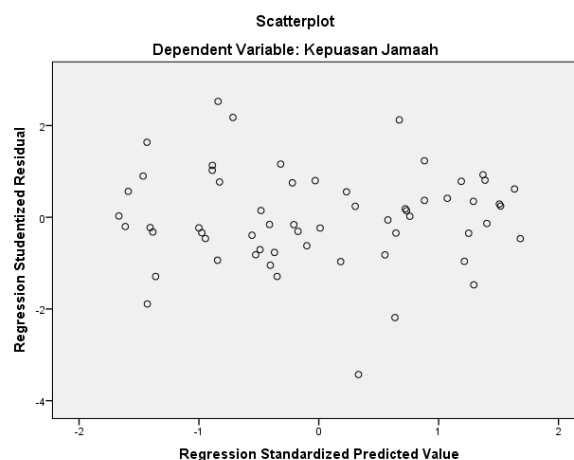
- 1) Variabel kepercayaan (X1) diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,121 dan nilai VIF sebesar 8,274 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($0,121 > 0,10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($8,274 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepercayaan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Variabel *Customer experience* (X2) diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,257 dan nilai VIF sebesar 3,893 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($0,257 > 0,10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($3,893 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Customer experience* tidak terjadi gejala multikolinearitas.

- 3) Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,161 dan nilai VIF sebesar 6,196 Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ($0,161 > 0,10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($6,196 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain. (Ghozali 2020). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Analisis dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot
Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji heterokedastisitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar kesegala arah serta tidak membentuk pola dan serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas atau data sudah memenuhi asumsi klasik heterokedastisitas.

Tabel 4 19 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.661	1.978		2.863	.006
	Kepercayaan	.072	.055	.483	1.297	.200
	Customer Experience	.002	.037	.012	.047	.963
	Kualitas Pelayanan	-.078	.043	-.594	-1.842	.071
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kepercayaan (X1) terdapat nilai signifikansi sebesar $0.200 > 0.05$, pada variabel *Customer experience* (X2) terdapat nilai signifikansi sebesar $0.963 > 0.05$ pada variabel kualitas pelayanan (X3) terdapat nilai signifikansi sebesar $0.071 > 0.05$ Berdasarkan penjelasan dari ke 3 variabel tersebut, maka tidak ada gejala heterokedastisitas karena nilai signifikansi > 0.05 .

4.1.5.2 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2020). Uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah dan pengaruh variabel kepercayaan *Customer Experience* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah

Hasil uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	6.668	3.166		2.106	.040
	Kepercayaan	.240	.088	.236	2.708	.009
	Customer Experience	.132	.059	.135	2.249	.028
	Kualitas Pelayanan	.574	.068	.637	8.430	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah						

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel diatas memiliki persamaan yang dapat diuraikan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 6,668 + 0,240 + 0,132 + 0,574$$

1. Nilai konstanta diperoleh sebesar 6,668 dengan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai kepercayaan (X1), *Customer experience* (X2) dan kualitas pelayanan (X3) naik 1%, maka akan meningkatkan nilai kepuasan jamaah sebesar 6,668
2. Koefesien regresi variabel kepercayaan (X1) diperoleh sebesar 0,240 dengan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai kepercayaan naik 1%, maka akan meningkatkan nilai kepuasan jamaah sebesar 0,240
3. Koefesien regresi variabel *Customer experience* (X2) diperoleh sebesar 0,132 dengan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai *Customer experience* naik 1%, maka akan meningkatkan nilai kepuasan jamaah sebesar 0,132
4. Koefesien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh sebesar 0,574 dengan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai kualitas pelayanan naik 1%, maka akan meningkatkan nilai kepuasan jamaah sebesar 0,574

4.1.5.3 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial. Uji statistik t dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana t_{tabel} dapat dicari menggunakan $df=n-1$. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan serta tingkat signifikannya (P-

value) $< 0,05$ maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengambil keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan dua cara, sebagai berikut

- 1) Jika $\text{sig} > 0.05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak
- 3) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
- 4) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Dalam penelitian ini nilai t_{tabel} diperoleh berdasarkan rumus df (*degree of freedom*) $= n - k = 60 - 4 = 56$. Maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,003

Tabel 4 21 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.668	3.166		2.106	.040
	Kepercayaan	.240	.088	.236	2.708	.009
	Customer Experience	.132	.059	.135	2.249	.028
	Kualitas Pelayanan	.574	.068	.637	8.430	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah						

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji t (parsial) pada tabel diatas dalam penelitian ini dapat diuraikan yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel kepercayaan (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,708 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($2,708 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain
- b. Variabel *Customer experience* (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,249 dan nilai signifikansi sebesar 0,028 Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($2,249 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,028 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *Customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

- c. Variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,430 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($8,430 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan uji F dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- Jika $\text{sig} > 0.05$ maka H_0 diterima
- Jika $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Dalam penelitian ini nilai F_{tabel} diperoleh berdasarkan rumus df (*degree of freedom*). $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = n-k = 60-4 = 56$ Maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,77

Tabel 4 22 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51972.162	3	17324.054	343.240	.000 ^b
	Residual	2826.438	56	50.472		
	Total	54798.600	59			
a. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Customer Experience , Kepercayaan						

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Hasil uji F (simultan) pada tabel diatas diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 343.240 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($343.240 > 2,77$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas

pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali 2020)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 ^a	.948	.946	7.104
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Customer Experience , Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Jamaah				

Sumber: Hasil output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel diatas diperoleh nilai Adjust R-Square sebesar 0,946 Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh sebesar 94,6% terhadap kepuasan jamaah sedangkan sisanya sebesar 5,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti lokasi, harga dan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan cukup baik menggambarkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah

Hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan jamaah. terlihat dari hasil uji t dimana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,659 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($3,659 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

Kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut (Faradilah Meida, 2022)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan jamaah. Jika kepercayaan jamaah terhadap penyelenggara umroh meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan jamaah. Hal ini karena jamaah akan merasa yakin bahwa mereka akan mendapatkan pelayanan yang terbaik dari penyelenggara umroh. Jamaah juga akan merasa lebih aman dan nyaman selama ibadah umroh. PT. Nadhira Berkah Haramain selama ini memiliki reputasi perusahaan yang baik dalam memberangkatkan jamaah umroh dan selalu bertanggung jawab terhadap jamaah. Selama ini PT. Nadhira Berkah Haramain senantiasa dapat beritikad dalam memuaskan jamaah umroh dan mampu memberikan pelayanan yang dengan baik sesuai harapan jamaah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Ardhanari et al.,(2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan atau organisasi dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tersebut. Kepercayaan adalah keyakinan pelanggan bahwa suatu perusahaan atau organisasi akan bertindak dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. (Ardhanari et al., 2022)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Buddy et al., (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mawey et al., (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.2 Pengaruh *Customer experience* Terhadap Kepuasan Jamaah

Hasil penelitian mengenai pengaruh *Customer experience* terhadap kepuasan jamaah terlihat dari hasil uji t dimana diperoleh nilai thitung sebesar 2,615 dan nilai signifikansi sebesar 0,011 Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($2,615 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,011 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *Customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain.

Customer experience adalah pengalaman pelanggan yang dirasakan selama berinteraksi dengan suatu perusahaan atau organisasi. Pengalaman ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk atau jasa, pelayanan, komunikasi, dan lingkungan. (Gomoi, 2021)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah. *Customer experience* adalah pengalaman pelanggan yang dirasakan selama berinteraksi dengan suatu perusahaan atau organisasi. Pengalaman ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk atau jasa, pelayanan, komunikasi, dan lingkungan. (Salim, 2015) Dalam konteks ibadah umroh, *Customer experience* merupakan hal yang sangat penting. Hal ini karena ibadah umroh merupakan ibadah yang sakral dan membutuhkan pengalaman yang memuaskan bagi jamaah. Jamaah ingin merasa nyaman, aman, dan puas selama beribadah umroh. PT Nadhira Berkah Haramain memberikan pengalaman jamaah umroh yang berkualitas dan memuaskan sehingga akan mempengaruhi kepuasan jamaah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Adytia & Yuniawati, (2016) yang menyatakan bahwa *Customer experience* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Customer experience* adalah pengalaman pelanggan yang dirasakan selama berinteraksi dengan suatu perusahaan atau organisasi. Pengalaman ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas produk atau jasa, pelayanan, komunikasi, dan lingkungan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniah & Awaluddin, 2022) yang menyatakan bahwa *Customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Raga, 2022) yang menyatakan bahwa *Customer experience* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah terlihat dari hasil uji t dimana nilai thitung sebesar 9,632 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari t_{tabel} 2,003 ($9,632 > 2,003$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain.

Kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan atau keunggulan suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. (Amelia et al., 2020)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jamaah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara umroh meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan jamaah. Hal ini karena jamaah akan merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima. Jamaah akan merasa bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka. Jamaah juga akan merasa aman

dan nyaman selama beribadah umroh (Kasturiani, 2018). PT. Nadhira Berkah Haramaian merupakan penyelenggara umroh yang bertanggung jawab. Jamaah ingin merasa aman dan nyaman selama beribadah umroh. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi jamaah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Jangko et al., (2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Jika harapan pelanggan lebih tinggi dari persepsi pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapan pelanggan lebih rendah dari persepsi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Monica & Marlius, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman et al., 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.4 Pengaruh Kepercayaan, *Customer experience* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah

Hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah terlihat dari hasil uji F dimana nilai fhitung sebesar 217,406 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai fhitung lebih besar dari ftabel ($217,406 > 2,77$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan jamaah pada PT. Nadhira Berkah Haramain

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jamaah yang percaya kepada penyelenggara umroh akan merasa lebih puas

dengan pelayanan yang diberikan. Kepercayaan dapat dibangun dengan cara menjaga komitmen, memberikan pelayanan yang berkualitas, dan bersikap transparan. (Herliza & Saputri, 2016)

Customer experience merupakan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan. Jamaah yang memiliki pengalaman yang positif dengan penyelenggara umroh akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan. *Customer experience* dapat ditingkatkan dengan cara memberikan pelayanan yang personal, memberikan perhatian dan pengertian terhadap kebutuhan pelanggan, dan memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. (Gomoi, 2021)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan atau keunggulan suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Jamaah yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, memberikan pelayanan yang tepat waktu dan akurat, dan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. (Rina, 2022)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan jamaah. Kepercayaan, *Customer experience* dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang saling terkait dalam mempengaruhi kepuasan jamaah. Kepercayaan dapat meningkatkan *customer experience*, dan *Customer experience* dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, penyelenggara umroh perlu memperhatikan ketiga faktor tersebut agar dapat meningkatkan kepuasan jamaah. (Rahmadanty, 2021)

Penyelenggara umroh dapat meningkatkan kepercayaan dengan cara menjaga komitmen, memberikan pelayanan yang berkualitas, dan bersikap transparan. Penyelenggara umroh juga dapat meningkatkan *Customer experience* dengan cara memberikan pelayanan

yang personal, memberikan perhatian dan pengertian terhadap kebutuhan pelanggan, dan memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Penyelenggara umroh juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, memberikan pelayanan yang tepat waktu dan akurat, dan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan.(Maulana et al., 2023)