

INTISARI

Salah satu pariwisata ziarah yang diminati oleh pemeluk agama Islam di Indonesia adalah perjalanan ibadah Haji. Salah satu agen perjalanan yang menjalankan usaha terkait bidang jasa ini adalah Fazary Wisata Tour and Travel. Penelitian ini berusaha mengetahui pengaruh layanan haji plus yang dimiliki oleh Fazary Wisata Tour and Travel terhadap kepuasan dari jamaah haji yang telah ikut dalam perjalanan ibadah haji dengan menggunakan fasilitas dan layanan Fazary Wisata Tour and Travel. Penelitian ini menggunakan dimensi pelayanan menurut Parasuraman et al (1988) yang dibagi menjadi lima dimensi antara lain: Bukti Fisik, Reliabilitas atau Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Dimensi kepuasan menggunakan lima faktor kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019). Responden yang terkumpul dalam penelitian ini sebanyak 134 orang yang terdiri dari jamaah haji Fazary Wisata Tour and Travel tahun 2022 dan 2023. Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden, tingkat kepuasan variabel layanan masuk dalam kategori sangat tinggi dan variabel kepuasan sebesar 3,66. Dimensi Jaminan (X4) merupakan dimensi dengan rata-rata paling tinggi sebesar 3,67. Hasil analisis linear berganda secara parsial dan simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan ($p < 0,05$) antara variabel layanan yaitu variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap variabel kepuasan jamaah haji Fazary Wisata Tour and Travel.

Kata Kunci: Layanan Haji Plus, Kepuasan Jamaah Haji, Haji, Fazary Wisata Tour and Travel

ABSTRACT

One of the pilgrimage tourism areas that is of interest to Muslims in Indonesia is the Hajj pilgrimage. One travel agent that runs a business related to this service sector is Fazary Wisata Tour and Travel. This research seeks to determine the influence of the Hajj Plus service provided by Fazary Wisata Tour and Travel on the satisfaction of Hajj pilgrims who have participated in the Hajj pilgrimage using the facilities and services of Fazary Wisata Tour and Travel. This research uses service dimensions according to Parasuraman et al (1988) which are divided into five dimensions, including: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The satisfaction dimension uses five customer satisfaction factors according to Indrasari (2019). The respondents collected in this research were 134 people consisting of Fazary Wisata Tour and Travel pilgrims in 2022 and 2023. In the research that was carried out by distributing questionnaires to respondents, the level of satisfaction with the service variable was in the very high category and the satisfaction variable was 3, 66. The Guarantee Dimension (X4) is the dimension with the highest average of 3.67. The results of partial and simultaneous multiple linear analysis show a significant influence ($p < 0.05$) between service variables, namely physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) on the variable satisfaction of the Hajj pilgrims at Fazary Wisata Tour and Travel.

Keywords: *Hajj Plus Services, Hajj Pilgrim Satisfaction, Hajj, Fazary Wisata Tour and Travel*