ABSTRAK

Nurul Jennah. 220104030125, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Avicenna Taibah Wisata.* Skripsi. Pembimbing I Hj. Jumi Herlita, M.Sc. dan Pembimbing II Devi Noviyanti, SE. M.M, Pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, 2026.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Avicenna Taibah Wisata, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh jamaah yang telah menggunakan jasa perjalanan umrah PT. Avicenna Taibah Wisata pada periode 2023–2025 sebanyak 474 jamaah. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 95 responden dengan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,169. Sementara itu, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,107 > 0,05, meskipun memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,152. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 164,392 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,781 atau 78,1%, sedangkan sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Avicenna Taibah Wisata. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menjaga serta meningkatkan kepuasan konsumen.