

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Ulfa. (2017). *PENGARUH PERSEPSI NILAI, HARAPAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENYEDIA JASA TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi Pada Pengguna Jasa Travel Haji dan Umroh PT.Baitussalam Mandiri di Bandar Lampung)*.
- Anas, M. S., & Wee, H. (2020). Reliability and Validity of Instrument for Assessing Customers' Satisfaction, Trust and Purchase Intention on Umrah Travel Agencies Website Features. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 3(11), 50–69. <https://doi.org/10.35631/ijmtss.311004>
- Aprilia, A. P., & Hadi, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Travel Brow Lumajang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 43–48.
- Azmy, M. S., & Furinto, A. (2008). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Dalam Pemilihan Biro Perjalanan Umroh Khusus. *Journal of Business Strategy and Execution*, 1(1), 171–193.
- BAHASWAN, M. R. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAUDARAKU TOUR&TRAVEL UMROH HAJI DI MALANG [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Baihaqi, M. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 94–100.
- Bisnis.com. (2020, March 5). *Arab Saudi Batalkan Umrah Sepanjang 2020*. <https://kabar24.bisnis.com/read/20200305/19/1209469/arab-saudi-batalkan-umrah-sepanjang-2020>
- Dharma, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi ISSN 2301-5268 | E-ISSN 2527-9483*, 6(2), 349–359.
- Doni, M. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PADA BANK NAGARI CABANG MUARALABUH Doni Marlius. *Pengaruh Bauran Pemasaran*, 03, 12–22. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/VDQGX>
- Fitri, I. (2016). *ANALISIS PROMOSI PENJUALAN ONLINE, HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE CEKER BRONTAK (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)* (Vol. 3, Issue 1) [UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG]. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Fussilat, & Nio, S. R. (2014). *Perbedaan Social Trust Terhadap Biro Travel Umroh Yang Belum dan Sudah Umroh*. 000, 1–11.
- Kurniawan, P. (2016). Pengaruh Kereliasan Pelanggan , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Nilai Pelanggan serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Kontigens*, 4(1), 76–91.
- Lamazido, M. A. (2016). *STRATEGI PROMOSI JASA PERJALANAN HAJI DAN UMROH MELALUI MEDIA WEBSITE (Studi Kasus pada Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Saibah Mulia Mandiri Semarang)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO.

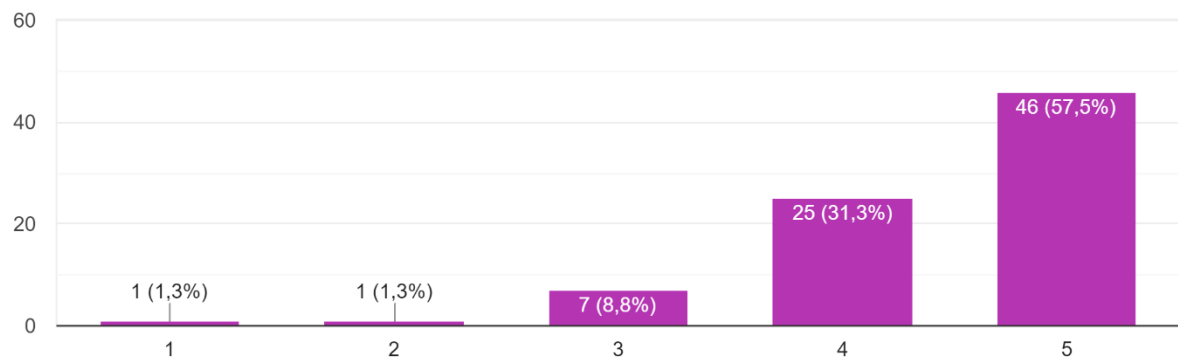
- Lisa Wulandari, N. L., Kusuma Negara, I. M., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2016). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Wisatawan Pengguna Layanan Booking.Com. *Jurnal IPTA*, 4(2), 88. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p18>
- Mahindra, F. H., & Barokah, I. (2015). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Ghazaalie Jember The Effect of Experiential Marketing Toward Loyalty Through Customer Satisfaction of Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (*
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). ANALISIS DESKRIPTIF PEMASARAN JASA DI STMIK MARDIRA INDONESIA BANDUNG. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 42–55.
- NOOROHMAH. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PAND'S MUSLIM DEPARTEMENT STORE CABANG SEMARANG*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Othman, B. A., Harun, A., De Almeida, N. M., & Sadq, Z. M. (2020). The effects on customer satisfaction and customer loyalty by integrating marketing communication and after sale service into the traditional marketing mix model of Umrah travel services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing, March*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0198>
- P. Ginting, B. S. D. G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- Pahlawan, R., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). *LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA MAKASSAR* . 3(2), 228–244.
- Prasetyo, A., Yulianeu, & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga yang Dipersepskan Terhadap Kepercayaan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Management*, 3(3), 110. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/863>
- Putri, S., & Anwar, M. K. (2013). PENGARUH BAURAN PEMASARAN SYARIAH TERHADAP LOYALITAS JAMAAH UMRAH DI PT. IKHWAN BERKAH SEJAHTERA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ricky, A., & Pratiwi, D. S. (2017). *Effects Of Celebrity Endorsement On Customer Trust And Loyalty: Case Study On Pilgrims In Aceh*. 40(Icame), 281–298. <https://doi.org/10.2991/icame-17.2017.22>
- Safitasari, C., Maftukhah, I., & Artikel, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310–319. <https://doi.org/10.15294/maj.v6i3.17500>
- Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pt. Samudranesia Tour and Travel Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(1), 1–14.
- Sella Oktavia Dima. (2015). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Penjualan Produk Umrah Plus* [Universitas Islam Negeri Walisongo]. <http://eprints.walisongo.ac.id/4487/1/102411160.pdf>
- Setyowati, E., & Chulaifi, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Pada Pt . Sebariz Warna Berkah Di Surabaya. *Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(01), 40–54.

- Suhaily, L. (2019). *Why Social Media , Price Perception and Trust to Customer Satisfaction Mediated by Purchase Decision on Online Travel Agencies*. 2(8), 138–147.
- Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6 No. 5, 1–19.
- Themba, O. S., Ramadhan, I., Isnaini, R., Faisa, M., Themba, O. S., Ramadhan, I., Isnaini, R., Faisa, M., Online, P. T., & Belakang, L. (2017). *PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TRAVEL ONLINE TERHADAP PENJUALAN PAKET WISATA PADA TX CENTRAL*. *April*, 73–80.
- Tumbel, A., Kawet, L., & Elat, T. P. (2014). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hello Tours and Travel Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 399–410.
- Widyawati, N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 74. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2008.v12.i1.2063>
- Wijaya, A. F. B., Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). The Effect of Service Quality, Perceived Value and Mediating Effect of Brand Image on Brand Trust. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1>.
- Wijayanto, T., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto. (2018). Analisis Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(3), 370–378.

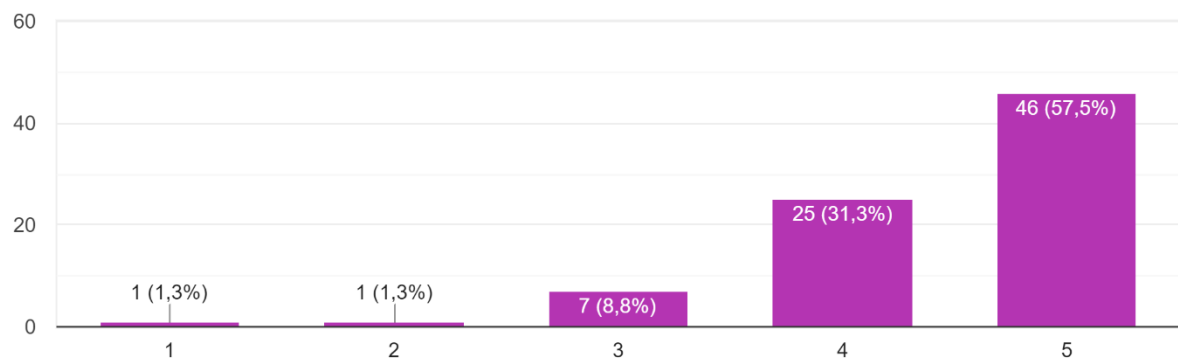
LAMPIRAN

Tanggapan Responden

Saya tertarik pada travel ini berdasarkan Informasi dari kerabat
80 tanggapan

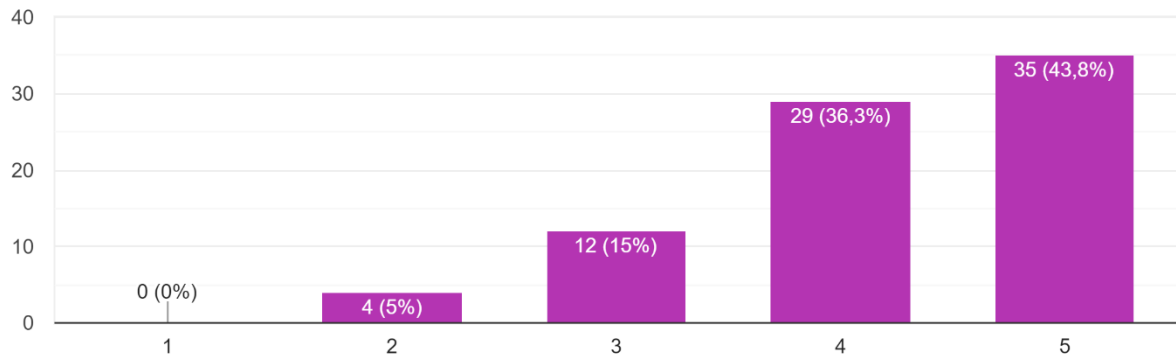


Saya tertarik pada travel ini berdasarkan Informasi dari kerabat
80 tanggapan



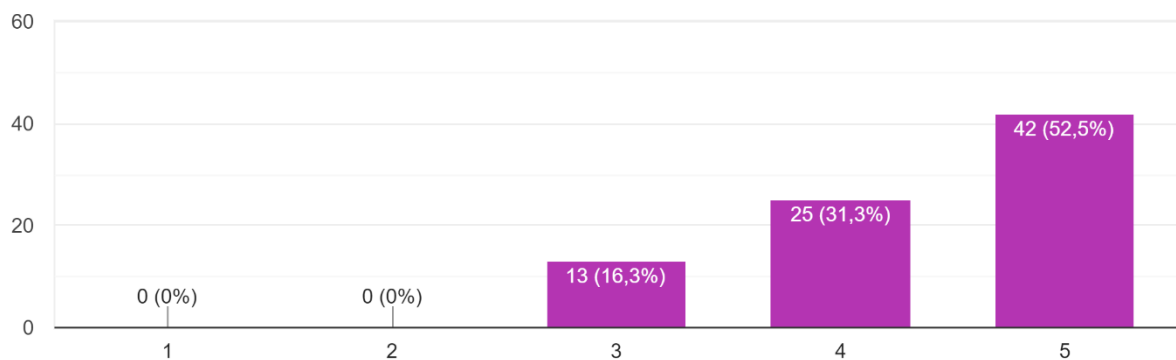
Saya tertarik pada travel ini karena penjualan langsung yang dilakukan oleh agen, karyawan dan pemilik travel

80 tanggapan



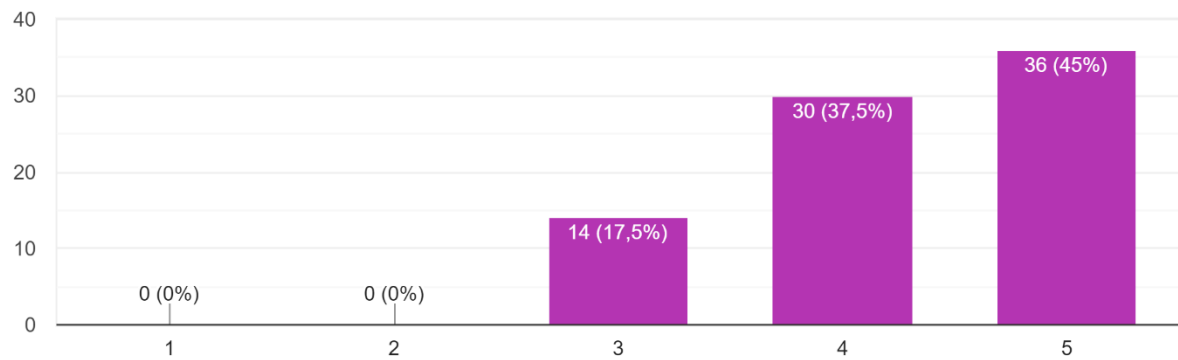
Saya tertarik karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan keuangan saya

80 tanggapan



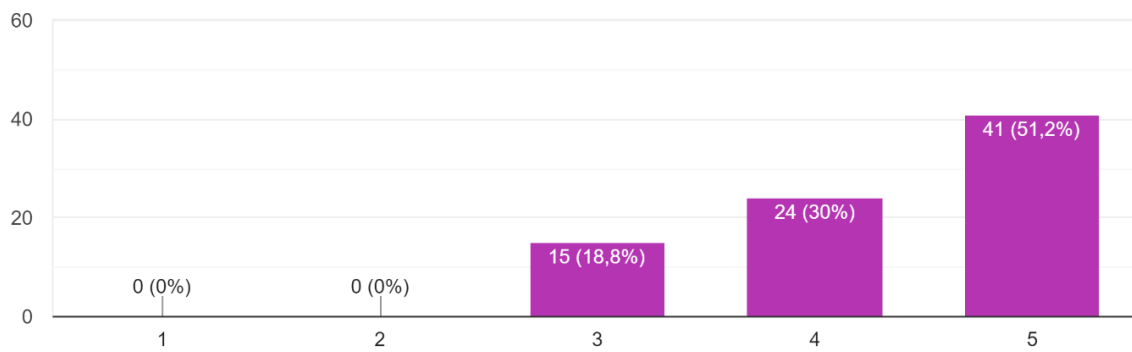
Saya tertarik karena harga sesuai dengan fasilitas layanan yang ditawarkan

80 tanggapan



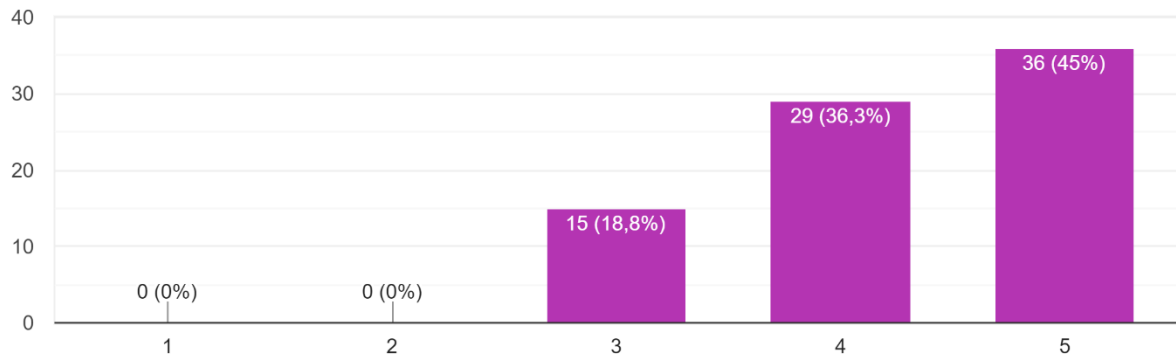
Saya tertarik karena harga travel ini terjangkau

80 tanggapan



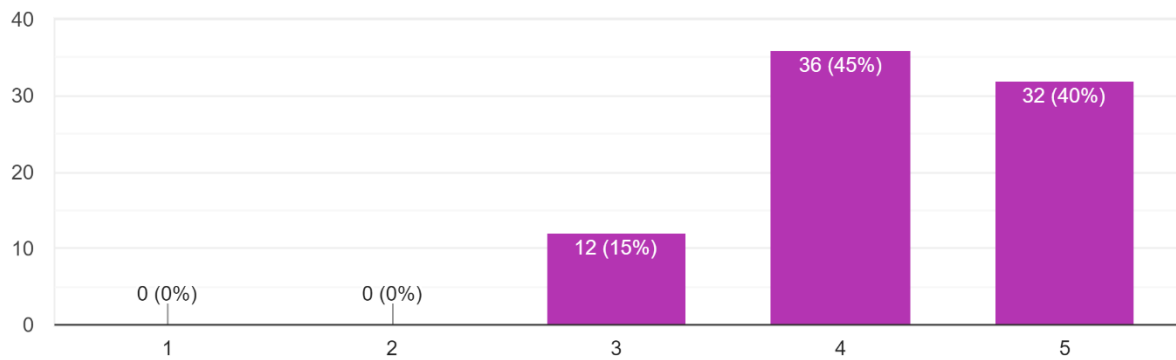
Saya percaya pada jenis fasilitas hotel yang akan saya dapatkan pada travel ini

80 tanggapan



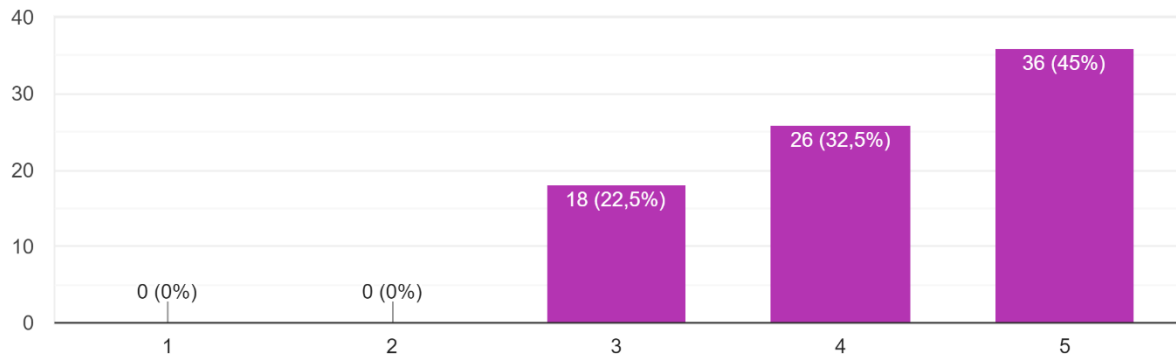
Saya percaya pada travel ini dalam hal layanan yang digunakan

80 tanggapan



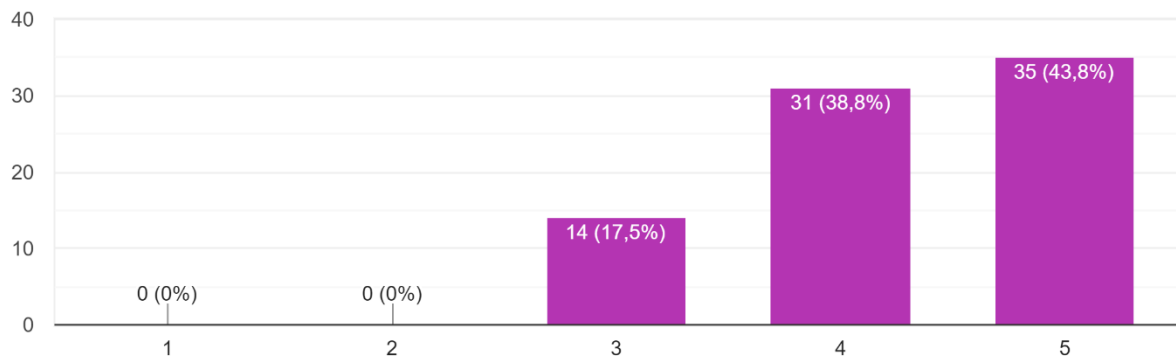
Saya percaya kenyamanan serta kebersihan pada travel ini

80 tanggapan



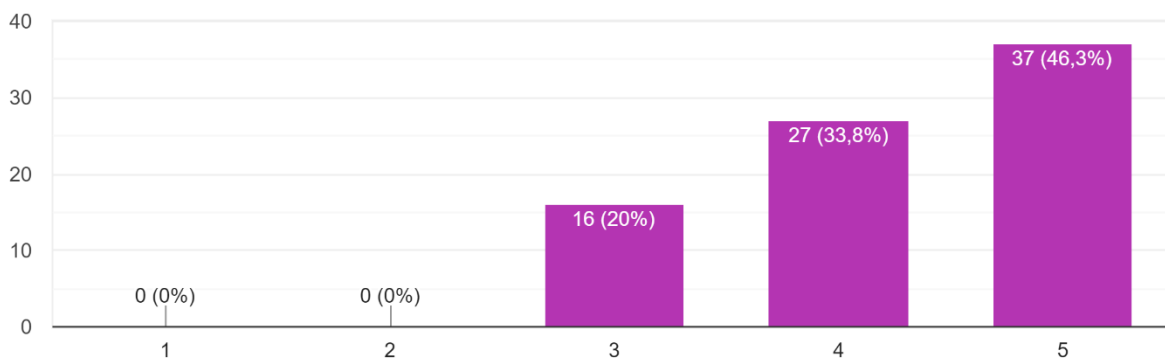
Saya percaya konsistensi layanan yang diberikan pada travel ini

80 tanggapan



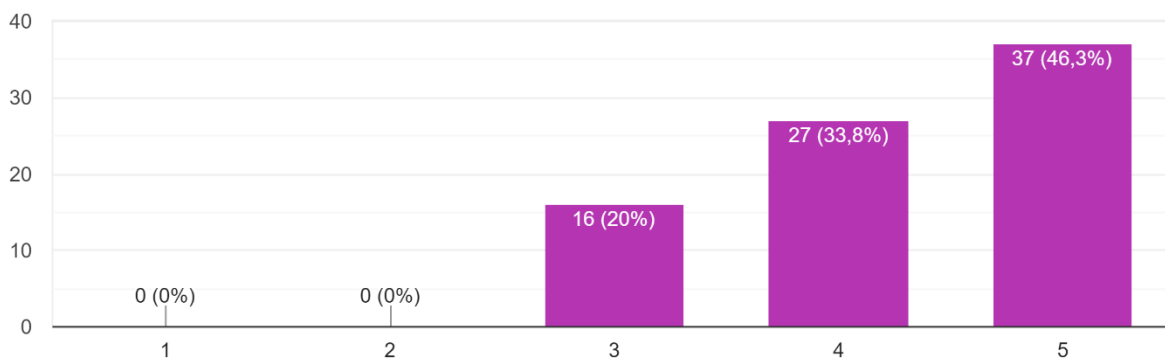
Saya berniat untuk melakukan penggunaan ulang pada travel ini

80 tanggapan



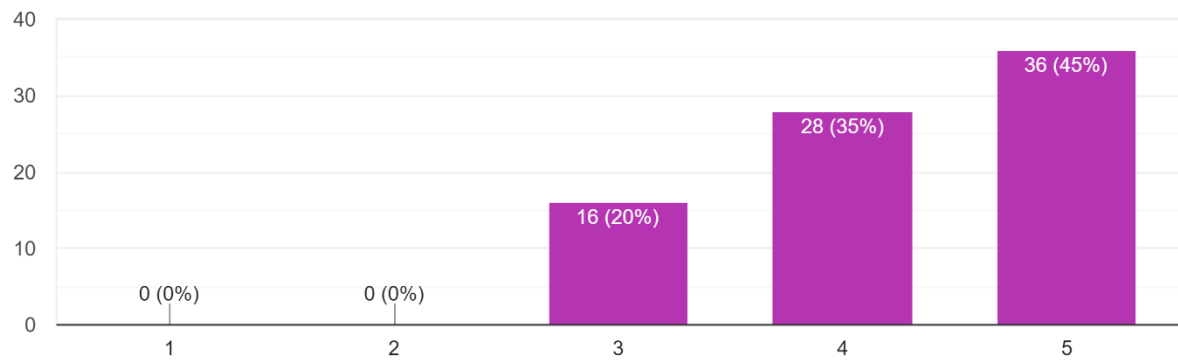
Saya berniat untuk melakukan penggunaan ulang pada travel ini

80 tanggapan



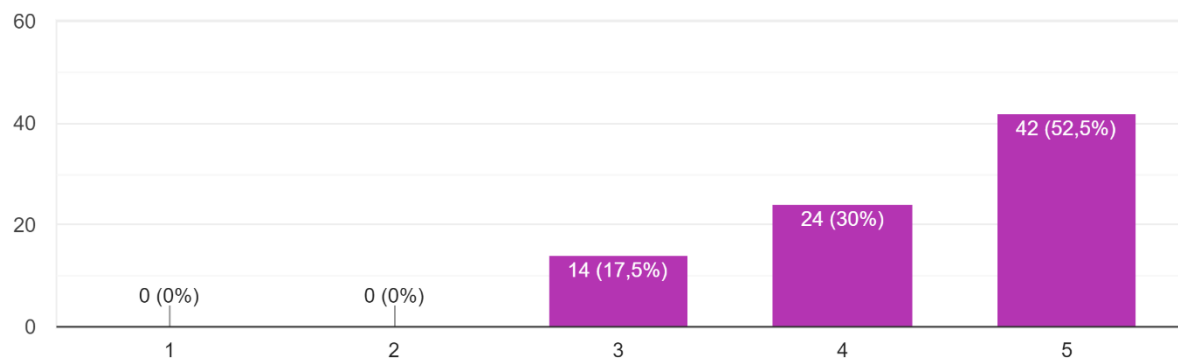
Saya berniat untuk mengatakan hal-hal positif kepada orang lain mengenai travel ini

80 tanggapan



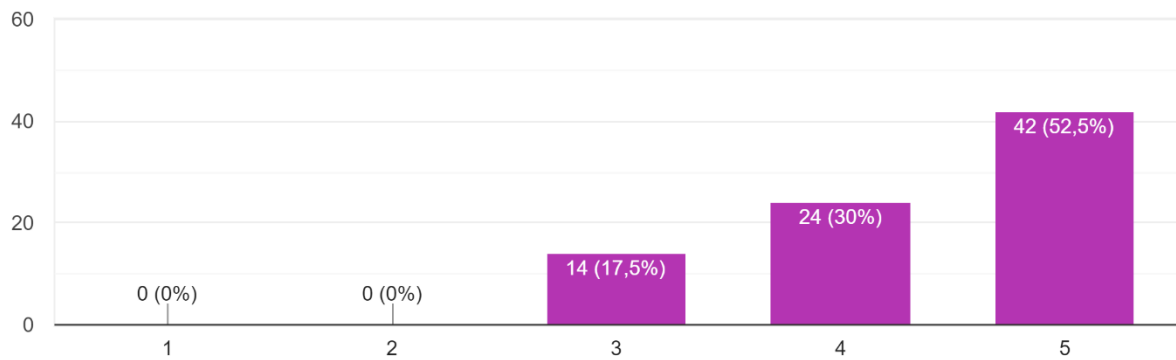
Saya berniat untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain mengenai travel ini

80 tanggapan



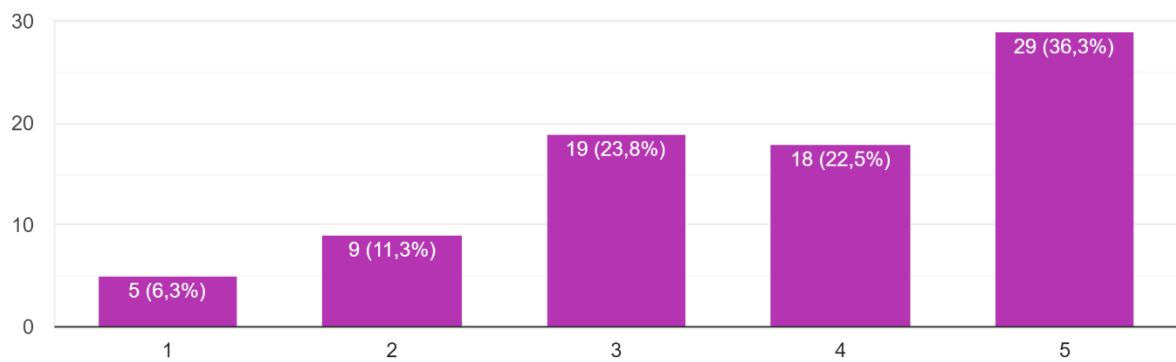
Saya berniat untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain mengenai travel ini

80 tanggapan



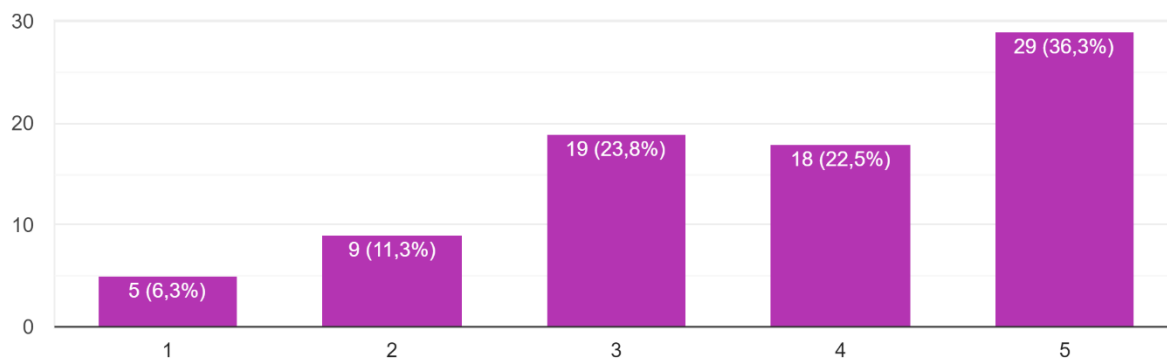
Saya tidak tertarik untuk berpindah di travel lain

80 tanggapan



Saya tidak tertarik untuk berpindah di travel lain

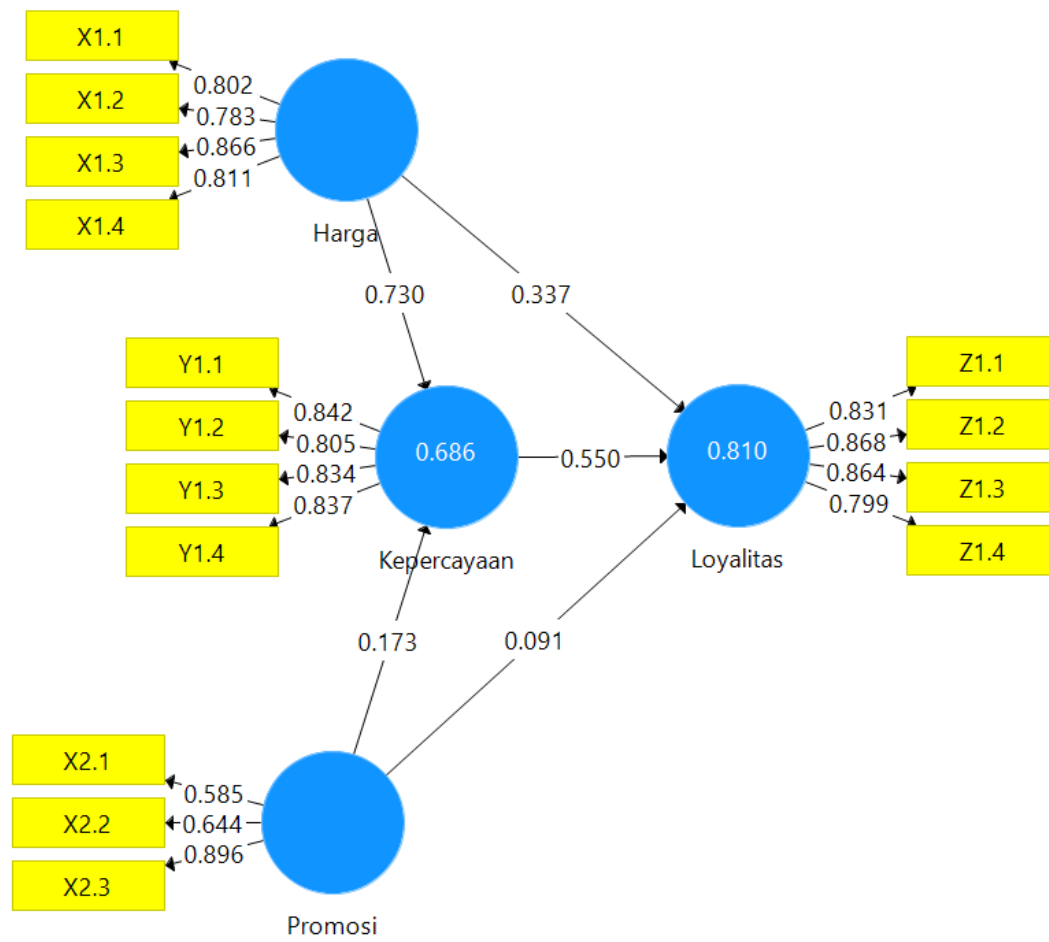
80 tanggapan



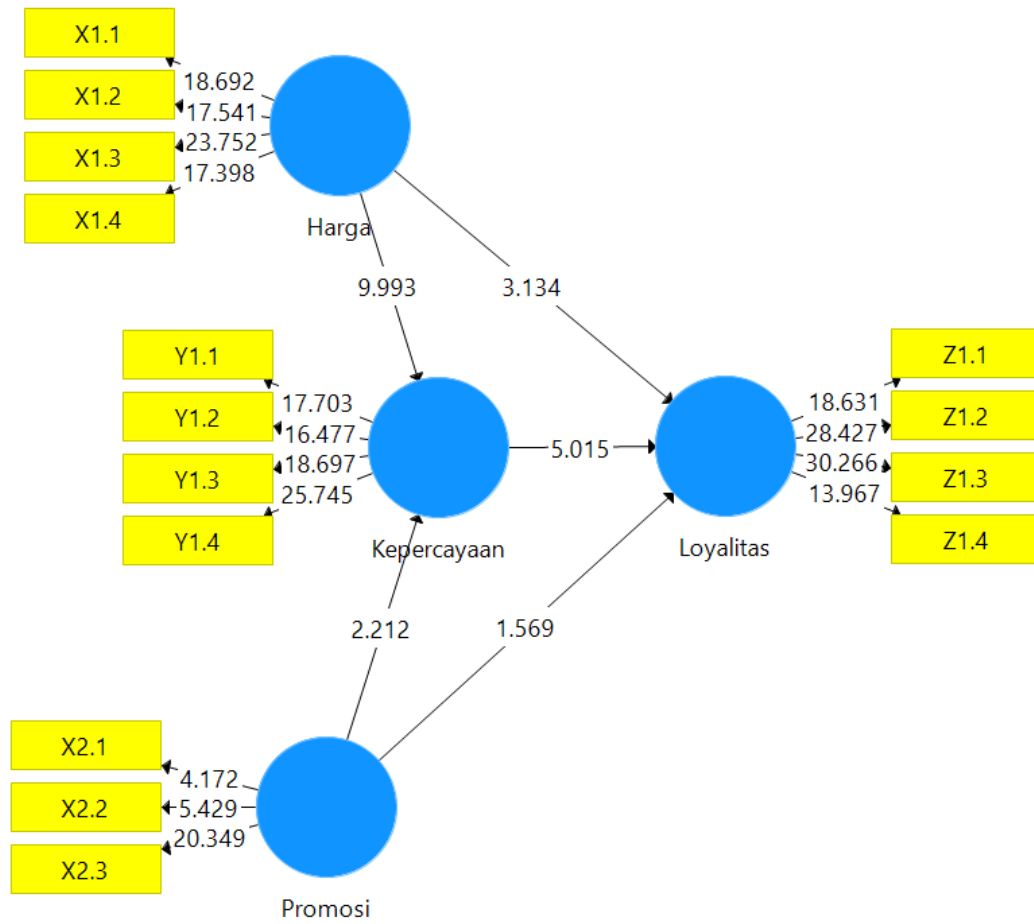
Rata-Rata Tanggapan Responden

| | No. | Missing | Mean | Median | Min | Max | Standard ... | Excess Ku... | Skewness |
|------|-----|---------|-------|--------|-------|-------|--------------|--------------|----------|
| X1.1 | 1 | 0 | 4.362 | 5.000 | 3.000 | 5.000 | 0.746 | -0.871 | -0.712 |
| X1.2 | 2 | 0 | 4.275 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.741 | -1.038 | -0.498 |
| X1.3 | 3 | 0 | 4.325 | 5.000 | 3.000 | 5.000 | 0.771 | -1.044 | -0.642 |
| X1.4 | 4 | 0 | 4.362 | 5.000 | 3.000 | 5.000 | 0.711 | -0.777 | -0.667 |
| X2.1 | 5 | 0 | 4.325 | 5.000 | 2.000 | 5.000 | 0.787 | -0.407 | -0.812 |
| X2.2 | 6 | 0 | 4.425 | 5.000 | 1.000 | 5.000 | 0.803 | 3.519 | -1.672 |
| X2.3 | 7 | 0 | 4.188 | 4.000 | 2.000 | 5.000 | 0.867 | -0.041 | -0.847 |
| Z1.1 | 8 | 0 | 4.263 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.754 | -1.103 | -0.483 |
| Z1.2 | 9 | 0 | 4.250 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.698 | -0.900 | -0.393 |
| Z1.3 | 10 | 0 | 4.225 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.790 | -1.287 | -0.429 |
| Z1.4 | 11 | 0 | 4.263 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.737 | -1.041 | -0.467 |
| Y1.1 | 12 | 0 | 4.263 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.770 | -1.162 | -0.497 |
| Y1.2 | 13 | 0 | 4.250 | 4.000 | 3.000 | 5.000 | 0.766 | -1.166 | -0.467 |
| Y1.3 | 14 | 0 | 4.350 | 5.000 | 3.000 | 5.000 | 0.760 | -0.947 | -0.695 |
| Y1.4 | 15 | 0 | 3.712 | 4.000 | 1.000 | 5.000 | 1.237 | -0.655 | -0.603 |

Gambar PLS Algorithm



Gambar PLS Bootstrapping



R Square

| | R Square | R Square Adjusted |
|-------------|----------|-------------------|
| Kepercayaan | 0.715 | 0.708 |
| Loyalitas | 0.791 | 0.782 |

Lampiran Hasil Wawancara Pengelolah Travel

1) Ujas Tour & Travel



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|---|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Harga yg dikeluarkan oleh travel kami sesuai harga minimal yg ditentukan oleh Kementerian Agama RI |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Harga yg dijual travel kami sesuai dengan fasilitas yg ditawarkan. |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Dengan membuat grup jamaah, memposting kegiatan-kegiatan travel di sosial media, dan memberikan informasi-informasi terbaru terkait pemberangkatan umrah. |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Dengan intens menjalin komunikasi dan selalu memberikan informasi terbaru terkait pemberangkatan umrah |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Dengan intens melakukan komunikasi dan buat grup jamaah terkait informasi pemberangkatan umroh |

2) Mandala Travel Umroh Dan Haji



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|---|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Calon jamaah untuk penginapan sendiri kami memilih lokasi yang tidak jauh dari tempat ibadah dengan demikian para calon jamaah dan alumni jamaah kami memberikan kenyamanan fasilitas yang baik sehingga para jamaah ditanah suci dapat beribadah dengan baik dan insya allah diberi kesehatan. Kemudian pentingnya kami selaku pihak travel untuk memberikan education terhadap calon jamaah kami dan selalu memberikan arahan jika dibutuhkan. |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Dari strategi yang telah dilakukan dan terus diperbaharui oleh travel kami mengalami peningkatan jumlah jamaah. Para calon jamaah dapat melihat meningkatnya calon jamaah (konsumen) kami dari pihak travel tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama untuk menerima respon kami. Selain itu, kami juga menyediakan cara yang lebih mudah bagi pelanggan untuk menyampaikan masukan terhadap informasi terkait penambahan yang tak terduga yang diberlakukan oleh pihak arab saudi (sewaktu-waktu mengalami penambahan biaya). Melakukan follow up setelah para calon jamaah membeli produk/paket atau menggunakan layanan travel kami. Seloyal apa pun pelanggan pada suatu titik ia bisa saja merasa bosan atau tidak tertarik lagi dengan paket kami. Itulah kenapa |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>kami harus memberikan perlakuan yang pantas, salah satunya adalah dengan memberikan reward menunjukkan rasa berterima kasih dan tersanjung dengan loyalitas yang diberikan oleh para alumni jamaah umrah memberikan hadiah berupa voucher potongan umrah dengan ketentuan syarat berlaku, beri dorpers hadia-hadiah elektronik dll. Sehingga kami tetap saling menjalin silaturahmi yg baik terhadap calon jamaah dan alumni jamaah dari travel kami.</p> |
| 3 | <p>Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda?</p> | <p>Berisi pesan untuk tetap berada di dalam rumah demi mencegah penyebaran virus namun, ada pesan optimistis bahwa semua bisa kembali beraktivitas normal, termasuk pemberangkatan umrah dan haji, ketika situasi pulih. Memberikan himbauan Alasan arab saudi menerbitkan kebijakan ini sebagai upaya pencegahan agar wabah virus corona tak menyebar masuk ke tanah suci. Kebijakan yang dikeluarkan arab saudi pada 27 february 2020 pada awalnya cukup membingungkan karena sangat mendadak, pemberlakukan kebijakan dan pengumuman dilakukan secara bersamaan. Kami pihak travel tetap berupaya mempertahankan keberangkatan para calon jamaah, dalam surat edaran yg di keluarkan Direktur jenderal penyelenggaraan haji dan umrah kemenag tersebut dinyatakan, langkah penutupan siskopatuh itu diambil menyusul kebijakan pemerintah saudi yang menghentikan sementara ibadah umrah/ziarah. Kemenag juga menghimbau agar PPIU tidak membebankan biaya tambahan kepada jamaah, termasuk jamaah yang telah memiliki jadwal setelah</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | kebijakan pemerintah saudi diberlakukan. Berikut upaya kami terhadap promosi dalam mempertahankan kepercayaan ke calon jamaah travel kami pihak travel memberi informasi kejamaah sesuai himbauan kemenag dan para jamaah kami mengalami reschedule, semoga penerbangan dibuka kembali, maka jamaah yang batal umroh kemungkinan bisa diberangkatkan kembali. |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Optimis pandemi corona akan berakhir , kami selaku dari pihak travel pun mengajak para calon jamaah umrah (konsumen) agar tetap bersikap positif dalam menghadapi masa sulit di tengah wabah virus ini, dan kami tetap memberikan arahan2 protokol umrah selama pandemi berlangsung adapun kami tetap berupaya follow up jamaah2 kami memberikan info terbaru, kami pun tetap meninjau himbauan dari kemenag mengenai kabar pemberangkatan calon jamaah. |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Menunjukkan pelayanan prima dengan menjelaskan beberapa paket,dan benefit dapat menumbuhkan kepercayaan jamaah umrah serta menggambarkan kondisi perusahaan melalui analisa data-data yang didapatkan dari lembaga kemudian diolah secara sistematis baik berupa kata-kata tertulis, arsip, lisan, membagikan brosur, serta memiliki aspek pelayanan yang cepat dalam menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umrah. |

3) Meida Wisata



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|--|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Dengan memberikan pelayanan dan penjelasan sesuai harga |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Dengan memberikan pelayanan terbaik, agar harga yang di keluarkan bisa membuat jamaah loyal terhadap travel |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Dengan cara memberikan brosur-brosur umroh dan memberikan informasi mengenai profil perusahaan dan berita terupdate |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Dengan cara menjelaskan yg sebenarnya Terkait adanya pemberhentian sementara pemberangkatan umroh, dan memberikan masukan kepada jamaah agar tetap tenang, sabar dan banyak berdoa kepada allah agar tetap di lancarkan dan di mudahkan ke baitullah |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Sering memberikan informasi Perkembangan yang sebenarnya, dgn keadaan yg terjadi dgn itu jamaah akan merasa tenang dan tetap loyal kepada travel kami |

4) Zeinit Tours & Travel



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|--|---|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Harga yang kami tawarkan kepada calon jamaah, adalah harga yg sesuai dengan standar oleh kementrian agama, dengan fasilitas2 yang InsyaAllah memuaskan jamaah kami. adapun harga promo yang kami berikan, itu karena biaya tiket sedang promo. ketika ada promo, kami jelaskan kepada calon jamaah, bahwa harga promo ini seat terbatas, menyesuaikan dengan tiket promo yang ditawarkan oleh airlines. jadi InsyaAllah calon jamaah kami, percaya dengan paket yang kami tawarkan. |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik bagi jamaah. paket termurah kami pun sudah dengan fasilitas yang mewah. hotel bintang 4 dan jarak dekat dari masjid. pelayanan yang kami berikan mulai dari manasik, keberangkatan, pelaksanaan umroh, sampai tiba kembali di tanah air, Insya Allah memuaskan. membuat para jamaah kangen untuk umroh kembali bersama kami. |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | untuk situasi pandemik saat ini, kami belum melakukan promo. karena kondisi di saudia juga belum kondusif. kami hanya tetap melayani jika ada calon jamaah yang mau bertanya dan sebagainya. kami lakukan kajian/taqlim secara live di instagram, mengundang jamaah |

| | | |
|---|---|---|
| | | dan calon jamaah agar ikut kajian online. itu juga salah satu bentuk agar calon jamaah melihat travel kami tetap beraktivitas dalam situasi covid. |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Alhamdulillah disituasi pandemik saat ini, calon jamaah kami ada sekitar ratusan orang yang tertunda keberangkatannya karena covid. kami memberikan pemahaman dan edukasi kepada calon jamaah. Alhamdulillah calon jamaah kami pun mengerti akan situasi covid yang menimpa saat ini. calon jamaah tetap setia bersama kami, menunggu sampai proses keberangkatan umroh kembali dibuka. |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Salah satu ciri khas perusahaan kami adalah, selalu memberikan edukasi kepada calon jamaah. kami selalu memberikan kajian-kajian sunnah. kami pun selalu membangun hubungan yang baik kepada para calon jamaah kami. sehingga calon jamaah kami merasa sangat nyaman dengan kami. itu yang membuat calon jamaah kami loyal terhadap perusahaan kami. krn kami bentuk dan bangun silaturahmi kekeluargaan yang erat. |

5) Prima Unggul Wisata Tours & Travel



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|--|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Cara agar harga yang dikeluarkan oleh travel dapat dipercaya oleh jemaah yaitu pada saat agent/marketing mempromosikan paket yang akan dijual, mereka juga harus memberi infot kepada calon jemaah mengenai paket yang dijual. |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Tentunya cara kami mensiasati adalah dengan memberikan pelayanan prima dan memuaskan. |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Cara kami mempromosikan yaitu selain dengan memperlihatkan bukti pelayanan kami yang prima, kami juga ikut menguatkan tekad para calon jemaah yang benar-benar berniat untuk beribadah. |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Ketika para calon jemaah sudah mendaftar dan membayar DP, mereka akan kami booking-kan seat pada maskapai. |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Ketika mereka sudah melakukan pendaftaran, kami sudah menganggap mereka loyal. Satu-satunya cara adalah memberi mereka pelayanan yang prima. |

6) Zitha Tour & Travel



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|---|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Dengan cara memberikan harga yg wajar sesuai standar Departemen Agama. |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Dengan memberikan pelayanan yg baik dan informasi yg tept dan akurat pada jamaah |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Biasanya kami mengirimkan informasi mengenai promosi dan harga melalu grup WA. Yg khusus di buat untuk calon jamaah kami agar lebih mempermudah melayani jamaah |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Memberikan informasi yg sebenarnya dan menenangkan jamaah agar tidak terprovokasi dgn travel lain, atau orang lain yang menjelekkkan travel kami |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Kami memberikan pelayanan yg baik, dengan harga yang di tawarkan |

7) Khaer Tour & Travel



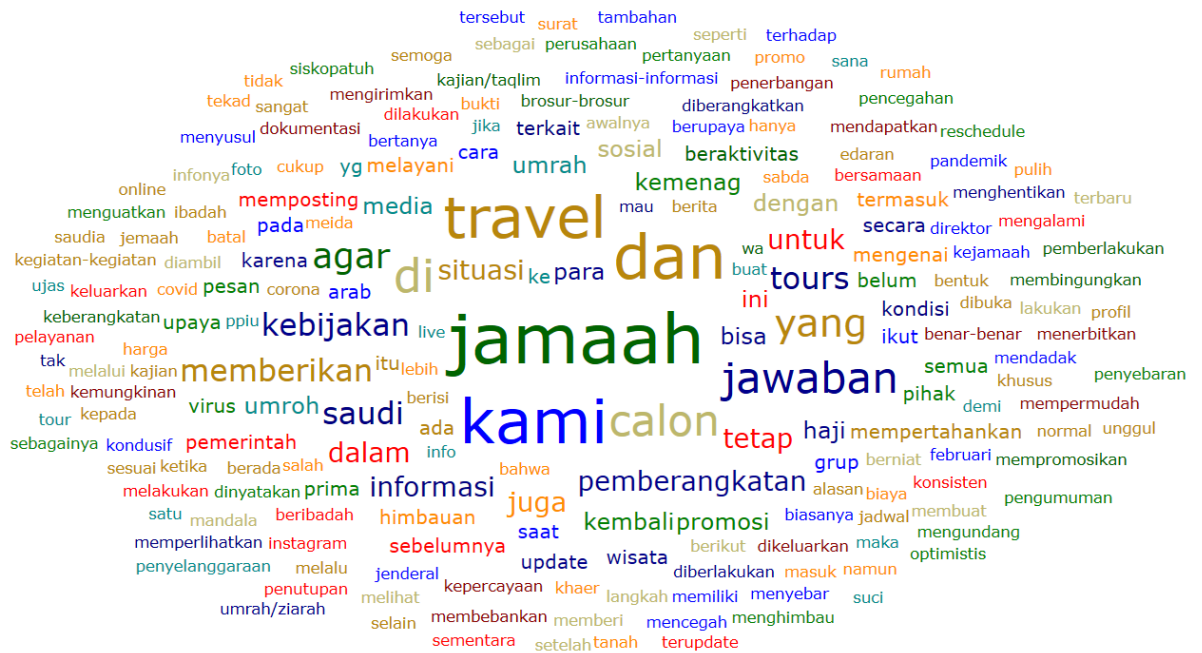
| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|---|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Menjelaskan kepada jamaah mengenai komponen biaya yang rasional mulai harga tiket sampai fasilitas yang diperoleh sesuai harga yang ditawarkan |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Memberi kemudahan dalam pembayaran yang bertahap dan transparan yang dapat dicek melalui website |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Konsisten promosi melalui sosial media seperti dokumentasi pemberangkatan sebelumnya dan update informasi di saudi agar semua calon jamaah bisa mendapatkan infonya |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Memberikan bukti kerja sama dengan memperlihatkan bukti MOU dan PNR penerbangan, bookingan hotel dan sheet. Memberi kesempatan pengembalian dana bagi jamaah yang ingin meminta namun tidak termasuk DP |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Transparansi proses pembayaran dan bertahap dan jamaah bebas memilih tgl yg dia inginkan. |

8) Sabda Travel



| No | Pertanyaan Wawancara | Jawaban Wawancara |
|----|---|--|
| 1 | Bagaimana cara agar harga yang di keluarkan oleh travel dapat menimbulkan kepercayaan kepada calon jamaah umroh? | Dengan memberikan harga yg reall yg sesuai dengan standar kementrian agama dan sesuai dengan fasilitas yang tersedia |
| 2 | Bagaiman cara travel mensiasati agar harga yang di keluarkan dapat membuat calon jamaah loyal pada travel tersebut? | Memberikan fasilitas dan pelayanan yg baik untuk para jamaah kami |
| 3 | Bagaimana cara mempromosikan travel anda pada saat pandemi covid-19, dan bisa membuat calon jamaah percaya pada travel anda? | Memposting foto2 jamaah pemberangkatan sebelumnya di sosial media, dan memberikan info update terkait situasi dan kondisi di sana saat ini |
| 4 | Bagaimana cara perusahaan anda meyakinkan akan promosi yang telah ditawarkan kepada para pendaftar agar dapat bertahan pada travel anda pada saat terjadi pandemic covid-19 dan penundaan pemberangkatan sampai waktu yang belum ada kepastian? | Kami memberikan edukasi kepada calon jamaah agar jamaah yakin pada perusahaan kami |
| 5 | Bagaimana cara perusahaan anda menumbuhkan kepercayaan para pendaftar umroh agar dapat loyal setelah melakukan pendaftaran? | Transparasi proses terkait biaya yang dibayarkan oleh pendaftar umroh, sehingga calon jamaah kami loyal terhadap perusahaan kami |

Wawancara pertanyaan ketiga



pertanyaan 3 - ATLAS.ti – Trial Version

Analyze Import & Export Tools & Support

Word Cloud Filter

Single-Character Words
 Numbers
 Hyphens Underscores

All
 Exclude: English
 Only:

Ignore Case
 Image

1: PERTANYAAN 3 (8 RESPONDEN) Word Cloud

kami memberikan informasi pemberangkatan secara update

Wawancara kelima



Analyze Import & Export Tools & Support Word Cloud Filter

ical ▾ 1 1 14 Threshold

Single-Character Words Numbers Hyphens Underscores

Exclude All Exclude: English Only:

Ignore

Stop/Go Lists Filter

PONDEN) Word Cloud D 2: PERTANYAAN 4 (8 RESPONDEN) Word Cloud

ents

kami memberikan pelayanan prima