

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, *SERVICE QUALITY* DAN *PROMOTIONS MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA UMRAH PADA TRAVEL
HAJI DAN UMRAH PT. NOOR CAHAYA MULIA PERIODE
JANUARI-SEPTEMBER TAHUN 2024**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Disusun Oleh :

NENG INKA NAJILA NURPAUJIAH
NIM. 2108204067

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
1446 H/2025 M**

ABSTRAK

Neng Inka Najila Nurpaujiah (2108204067): PENGARUH *BRAND EQUITY*, *SERVICE QUALITY* DAN *PROMOTIONS MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA UMRAH PADA TRAVEL HAJI DAN UMRAH PT. NOOR CAHAYA MULIA PERIODE JANUARI-SEPTEMBER TAHUN 2024

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan bisnis dalam konteks jasa umrah yang disebabkan oleh meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, yang dipicu oleh anggapan bahwa ibadah umrah sebagai alternatif bagi Jemaah yang ingin melaksanakan ibadah haji namun belum terwujud karna keterbatasan kuota atau waktu tunggu yang lama. Keadaan ini menjadi peluang bagi travel umrah untuk mendapatkan keuntungan, salah satunya PT. Noor Cahaya Mulia. PT. Noor Cahaya Mulia selalu mendapat testimoni positif dari Jemaah yang telah diberangkatkan melalui jasanya, namun hal itu tidak membuat PT. Noor Cahaya Mulia dikenal oleh masyarakat luas. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengaruh *brand equity*, *service quality* dan *promotions mix* terhadap keputusan pembelian jasa umrah pada travel haji dan umrah PT. Noor Cahaya Mulia

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Responden adalah masyarakat yang telah menggunakan jasa umrah PT. Noor Cahaya Mulia pada periode Januari hingga September tahun 2024. Populasi berjumlah 1.016 jemaah. Dengan sampel 91 responden, dihitung dengan rumus *Taro Yamane*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, dengan analisis meliputi uji validitas reliabilitas, uji asumsi kalisk, uji korelasi parsial, uji hipotesis dan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *brand equity* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian jasa umrah pada travel haji dan umrah PT. Noor Cahaya Mulia periode Januari hingga September Tahun 2024, (2) *service quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa umrah pada travel haji dan umrah PT. Noor Cahaya Mulia periode Januari hingga September Tahun 2024, (3) *promotions mix* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian jasa umrah pada travel haji dan umrah PT. Noor Cahaya Mulia periode Januari hingga September tahun 2024, (4) *brand equity*, *service quality* dan *promotions mix* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa umrah pada travel haji dan umrah PT. Noor Cahaya Mulia periode Januari hingga September tahun 2024.

Kata kunci: *brand equity*, keputusan pembelian, *promotions mix*, *service quality*

ABSTRACT

Neng Inka Najila Nurpaujiah (2108204067): THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY, SERVICE QUALITY, AND PROMOTIONS MIX ON THE DECISION TO PURCHASE UMRAH SERVICES AT PT. NOOR CAHAYA MULIA TRAVEL HAJI AND UMRAH FOR THE PERIOD JANUARY-SEPTEMBER 2024

This research is motivated by the business competition in the Umrah service sector, driven by the increasing interest of the public in performing Umrah. This increase is influenced by the perception that Umrah serves as an alternative for pilgrims who wish to perform Hajj but are unable to do so due to quota limitations or long waiting times. This situation presents an opportunity for Umrah travel agencies, including PT. Noor Cahaya Mulia, to gain profits. PT. Noor Cahaya Mulia consistently receives positive testimonials from pilgrims who have used its services, yet it remains relatively unknown to the broader public. Therefore, this study aims to analyze the influence of brand equity, service quality, and promotions mix on the purchase decisions of Umrah services at PT. Noor Cahaya Mulia.

This research adopts an associative design with a quantitative approach. The respondents consist of individuals who have utilized the Umrah services provided by PT. Noor Cahaya Mulia during the period from January to September 2024. The population comprises 1,016 pilgrims, from which a sample of 91 respondents was determined using the Taro Yamane formula. Data analysis was conducted using multiple linear regression, encompassing validity and reliability testing, classical assumption testing, partial correlation analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination analysis.

The results of this study indicate that: (1) brand equity does not have a significant partial effect on the purchase decision of Umrah services at PT. Noor Cahaya Mulia for the period January to September 2024, (2) service quality has a significant partial effect on the purchase decision of Umrah services at PT. Noor Cahaya Mulia for the period January to September 2024, (3) promotions mix does not have a significant partial effect on the purchase decision of Umrah services at PT. Noor Cahaya Mulia for the period January to September 2024, and (4) brand equity, service quality, and promotions mix simultaneously have a significant effect on the purchase decision of Umrah services at PT. Noor Cahaya Mulia for the period January to September 2024.

Keywords: brand equity, purchase decision, promotions mix, service quality

الملخص

نينغ إنكا ناجيلا نوربوجياه (٢٠٢٤.٨.٢١): تأثير قيمة العلامة التجارية، جودة الخدمة، ومزيج الترويج على قرارات شراء خدمات العمرة في وكالة الحج والعمرة بي تي نور كاهيا موليا للفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤

تتبع هذه الدراسة من المنافسة التجارية في قطاع خدمات العمرة، الناتجة عن تزايد اهتمام الجمهور بأداء العمرة، وهو ما يعزى إلى الاعتقاد بأن العمرة تعد بديلاً للحج الذين يرغبون في أداء فريضة الحج ولكنهم غير قادرين على ذلك بسبب محدودية الحصص أو فترات الانتظار الطويلة. توفر هذه الحالة فرصة لشركات السفر للعمرة، بما في ذلك بي تي نور كاهيا موليا، لتحقيق الأرباح. تحظى بي تي نور كاهيا موليا بشهادات إيجابية باستمرار من الحجاج الذين استخدموا خدماتها، ومع ذلك، لا تزال غير معروفة على نطاق واسع بين الجمهور. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير قيمة العلامة التجارية، وجودة الخدمة، ومزيج الترويج على قرارات شراء خدمات العمرة في بي تي نور كاهيا موليا.

تم إجراء هذه الدراسة على الأفراد الذين استخدموا خدمات العمرة من بي تي نور كاهيا موليا خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤. استخدمت الدراسة منهجاً كمياً من النوع الارتباطي. بلغ عدد السكان المستهدفين ١٠١٦ حاجاً وتم تحديد حجم العينة بـ ٩١ مستجيباً باستخدام معادلة تارو ياماني بتقنية العينة الاحتمالية، وتحديدًا العينة العشوائية البسيطة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج إس بي إس إس ٢٦، كما تم تحليل استجابات الاستبيان باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد. شملت أساليب تحليل البيانات اختبار الصدق والموثوقية، اختبار الفرضيات الكلاسيكية، اختبار الارتباط الجزئي، اختبار الفرضيات، واختبار التحديد.

أظهرت نتائج الدراسة أن: (١) قيمة العلامة التجارية ليس لها تأثير جزئي معنوي على قرار شراء خدمات العمرة في بي تي نور كاهيا موليا خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤، (٢) جودة الخدمة لها تأثير جزئي معنوي على قرار شراء خدمات العمرة في بي تي نور كاهيا موليا خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤، (٣) مزيج الترويج ليس له تأثير جزئي معنوي على قرار شراء خدمات العمرة في بي تي نور كاهيا موليا خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤، و(٤) قيمة العلامة التجارية، وجودة الخدمة، ومزيج الترويج مجتمعة لها تأثير معنوي على قرار شراء خدمات العمرة في بي تي نور كاهيا موليا خلال الفترة من يناير إلى سبتمبر ٢٠٢٤.

الكلمات البحث: قيمة العلامة التجارية، قرار الشراء، مزيج الترويج، جودة الخدمة

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, *SERVICE QUALITY* DAN *PROMOTIONS MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA UMRAH PADA TRAVEL
HAJI DAN UMRAH PT. NOOR CAHAYA MULIA PERIODE
JANUARI-SEPTEMBER TAHUN 2024**

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Disusun Oleh:

NENG INKA NAJILA NURPAUJIAH
NIM. 2108204067

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ila Navilah, S.Sos., M.E. Sy
NIP: 19860223 201710 2 201



Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E. Sy
NIP: 19850918 202012 2 004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc., M. Ag
NIP: 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakaatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **Neng Inka Najila Nurpaujiah, NIM: 2108204067** dengan judul **“Pengaruh Brand Equity, Service Quality Dan Promotions Mix Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Haji Dan Umrah PT. Noor Cahaya Mulia Periode Januari-September Tahun 2024”**. Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di-munaqosah-kan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakaatuh

Menyetujui,

Pembimbing I

Ila Navilah, S.Sos., M.E. Sy
NIP: 19860223 201710 2 201

Pembimbing II

Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E. Sy
NIP: 19850918 202012 2 004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Ghozali Busthomi, Lc., M. Ag
NIP: 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Brand Equity, Service Quality Dan Promotions Mix Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Haji Dan Umrah PT. Noor Cahaya Mulia Periode Januari-September Tahun 2024**”, oleh Neng Inka Najila Nurpaujiah dengan NIM: 2108204067, telah diajukan dalam sidang *munaqosah* Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 10 Februari 2025.

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang



H. Adhmad Olong Busthomi, Lc., M. Ag
NIP: 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang

H. Syaeful Bakhri, S.E., M. Si
NIP: 19731125 201411 1 002

Penguji I

H. Syaeful Bakhri, S.E., M. Si
NIP: 19731125 201411 1 002

Penguji II

Moh. Mabruri Faozi, MA
NIP: 19780205 201101 1 004

PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahiim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Neng Inka Najila Nurpaujiah

NIM : 2108204067

Tempat, Tanggal Lahir : Garut, 19 Desember 2002

Alamat : Kampung Cilipung, RT 003/RW 003, Desa Sukamulya,
Kecamatan Talegong, Kabupaten Garut

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Equity*, *Service Quality* Dan *Promotions Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Haji Dan Umrah PT. Noor Cahaya Mulia Periode Januari-September Tahun 2024**” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan perturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 13 Maret 2025

Saya yang menyatakan,



Neng Inka Najila Nurpaujiah
NIM: 2108204067

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, hormat, dan cinta, saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Orang tua saya tercinta, Bapak Saepuloh dan Ibu Euis Komariah, Dua malaikat yang dikirim Tuhan untuk saya, anugrah terindah dalam hidup saya, Dua malaikat tanpa sayap yang Tuhan titipkan untuk saya, mencurahkan cinta tanpa syarat, berkorban tanpa pamrih, dan selalu berdo'a tanpa henti. Mereka adalah do'a yang menjelma menjadi nyata, kasih sayang yang tak terbatas, dan cahaya yang selalu membimbingku menuju kebaikan. Tuhan tak memberiku permata atau mahkota, tapi Dia menghadiahkanku sesuatu yang jauh lebih berharga, Dua sosok luar biasa yang kupanggil Ayah dan Ibu. Segala lelah mereka menjadi senyumku, segala air mata mereka menjadi do'aku, dan segala pengorbanan mereka menjadi alasan aku ingin menjadi anak yang lebih baik. Jika aku mencari definisi cinta sejati, aku tak perlu pergi jauh, karena aku menemukannya dalam tatapan hangat dan pelukan penuh kasih dari kedua orang tuaku. Mereka adalah bintang yang tak pernah redup, hujan yang tak pernah kering, dan rumah yang tak pernah hilang arah selalu ada, selalu menerangi, dan selalu mencintai. Tak ada do'a yang lebih kusyukuri selain dilahirkan dari rahim seorang ibu yang luar biasa dan dibimbing oleh seorang ayah yang penuh kasih. Jika aku memiliki satu permintaan kepada Tuhan, aku hanya ingin melihat mereka selalu bahagia, karena hidupku tak akan pernah cukup untuk membalas semua cinta mereka. Tuhan menitipkanku kepada dua orang hebat, yang setiap langkahnya adalah bukti kasih sayang-Nya, dan setiap pengorbanannya adalah alasan aku harus selalu bersyukur. Mereka adalah jawaban atas do'a-do'aku sebelum aku mengenal dunia, pelukan yang selalu kurindukan, dan tempatku kembali ketika dunia terasa begitu asing. Pahlawan tanpa tanda jasa. Dengan segala keterbatasan, kalian tak pernah menyerah untuk memastikan aku bisa mengenyam pendidikan hingga menjadi sarjana. Bukan karena berlimpah harta, tetapi karena kekayaan hati, keteguhan, dan kerja keras

yang tiada henti. Tanpa gaji tetap, tanpa keluhan, kalian berjuang dengan penuh keikhlasan, bahkan sering kali menyingkirkan keinginan sendiri demi melihatku melangkah lebih jauh. Setiap tetes keringat, setiap doa yang kalian panjatkan, telah menjadi cahaya dalam perjalananku. Keberhasilanku hari ini adalah bukti bahwa cinta dan pengorbanan kalian lebih berharga dari segala hal di dunia. Terimakasih yang tidak pernah terputus untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan kekuatan yang luar biasa. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, do'a, dan ketulusan hati yang tidak akan pernah terukur. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam hidup saya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan Ibu dan Bapak. Sekali lagi terimakasih telah menjadi orangtua terhebat, terkuat, dan luar biasa sejak aku dalam kandungan hingga aku jadi Sarjana, dan selamanya akan tetap luar biasa. Terimakasih dan Maaf untuk Segalanya.

2. Diriku sendiri, Neng Inka Najila Nurpaujiah, terima kasih telah menjadi sosok yang tidak pernah menyerah, meskipun tantangan datang silih berganti. Terima kasih telah mempercayai diri sendiri, berani melangkah dan terus berusaha hingga titik ini. Terimakasih atas keteguhan hati dan komitmen yang telah terbangun akan selalu menjadi cahaya yang menerangi jalan menuju masa depan. Semoga setiap usaha ini membawa berkah, kesuksesan, dan kedamaian, serta menjadi ladang amal yang tak pernah padam. Semoga perjalanan ini terus menjadi kisah tentang ketegaran, keyakinan, dan pencapaian yang membanggakan.
3. Keluarga besar, terutama adik tersayang Alike Rizqiya Nurfauziah, yang selalu memberi semangat dan kebahagiaan dalam setiap langkah hidup saya. Kepada om, tante, kakek, dan nenek, terima kasih atas do'a, kasih sayang dan perhatian yang senantiasa menghangatkan hati.
4. Dosen pembimbing saya, Ibu Ila Navilah S.Sos., M.E. Sy dan Ibu Afiqoh Agustin S.E.I., M.E. Sy yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, dedikasi, dan perhatian yang diberikan, yang telah membantu saya mewujudkan impian ini.
5. Sahabat-sahabat tercinta: Yunengsih, Nurul Fajriyah, Kurniawati dan Ai Didah, yang selalu mendukung, menemani, dan memberikan kebahagiaan dalam suka

dan duka. Terima kasih, kalian adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam perjalanan hidup saya. Juga untuk Teman-teman sekelas, Ekos B dan seluruh teman-teman satu angkatan Jurusan Ekonomi Syariah yang selalu berbagi ilmu, canda tawa, dan semangat. Kita telah bersama-sama berjuang untuk sampai di titik ini, dan setiap kenangan bersama kalian akan selalu terkenang.

6. Kepada *samone special*, yang selalu menghadirkan do'a dalam setiap langkahku, mencurahkan cinta dan kasih sayang, serta memberikan segala bentuk dukungan dengan tulus dan penuh keikhlasan. Terima kasih atas kehadiran, pengorbanan, dan keyakinan yang tak tergoyahkan terhadap setiap proses yang aku jalani. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan senantiasa dibalas dengan limpahan berkah dan kebahagiaan tanpa akhir.
7. Untuk semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses perkuliahan, terima kasih atas segala bentuk dukungan, sekecil apapun, telah memberikan dampak yang besar dalam perjalanan akademik ini. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan seindah dan bermakna ini. Semoga segala kebaikan yang kalian berikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.



MOTTO

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan bahwa usahanya itu kelak akan diperlihatkan kepadanya, kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna." Q.S An-Najm (53:39-41).



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis Neng Inka Najila Nurpaujiah, lahir di Garut pada tanggal 19 Desember 2002, merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Saepullah dan Ibu Euis Komariah. Penulis tinggal di Kampung Cilipung, RT 003 RW 003 Desa Sukamulya Kecamatan Talegong Kabupaten Garut.

Jenjang Pendidikan yang ditempuh yaitu:

1. SD Negeri 3 Sukamulya (2009-2015)
2. SMP Negeri 1 Talegong (2015-2018)
3. SMA Negeri 21 Garut (2018-2021)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi “**Pengaruh *Brand Equity*, *Service Quality* Dan *Promotions Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Haji Dan Umrah PT. Noor Cahaya Mulia Periode Januari-September Tahun 2024**” di bawah bimbingan Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy dan Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy. Selama masa perkuliahan, penulis juga aktif dalam kegiatan organisasi, di antaranya menjadi anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Bulutangkis Senja pada periode 2021-2022 dan kemudian dipercaya sebagai Bendahara Umum II pada periode 2022-2023. Daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur hanya milik Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, keluarga, dan para sahabatnya yang telah memberikan petunjuk bagi umat Islam. Semoga kita semua termasuk umat yang mendapatkan syafaat beliau hingga hari kiamat. Aamiin.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Brand Equity*, *Service Quality* Dan *Promotions Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Umrah Pada Travel Haji Dan Umrah PT. Noor Cahaya Mulia Periode Januari-September Tahun 2024” disusun sebagai bagian dari tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah mempertemukan penulis dengan orang-orang yang sangat berarti di sekitar penulis.

Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc.M.Ag., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si., Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E. Sy., Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas semua waktu dan tenaga yang telah diberikan.
6. Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I, M.E.Sy., Dosen Pembimbing II yang juga memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala dedikasi dan perhatian.

7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan motivasi selama perkuliahan.
8. Manajemen dan Seluruh Karyawan PT. Noor Cahaya Mulia, yang telah memberikan izin, bantuan, serta data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Saepuloh dan Euis Komariah, yang telah memberikan do'a, dukungan, serta segala pengorbanan yang sangat berarti bagi penulis. Terima kasih atas segala do'a, cinta dan kasih sayang yang telah diberikan.
10. Keluarga besar yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan hiburan yang membuat penulis tetap semangat menyelesaikan studi.
11. Teman-teman dan Sahabat-sahabat selama perkuliahan yang telah menemani, berjuang, serta memberikan semangat dari awal hingga akhir masa kuliah.
12. Terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Penulis

Neng Inka Najila Nurpaujiah
NIM: 2108204067

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
SKRIPSI	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	xiI
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Consumer Decision Making Process (Pengambilan Keputusan Konsumen) ...	10

2. Keputusan Pembelian	11
3. Brand Equity (Ekuitas Merek)	17
4. Service Quality (Kualitas Layanan)	23
5. Promotions Mix (Bauran Promosi)	29
6. Jasa Travel Umrah	41
B. Literatur Review	44
C. Kerangka Konseptual	51
D. Pengembangan Hipotesis	52
BAB III	55
METODOLOGI PENELITIAN	55
A. Waktu dan Tempat Penelitian	55
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	55
C. Sumber Data Penelitian	56
D. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian	56
E. Definisi Operasional Variabel	58
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Teknik analisis Data	62
BAB IV	69
HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Perusahaan	69
B. Karakteristik Responden	77
C. Deskripsi Operasional Variabel	88
D. Uji Analisis Data	105
E. Pembahasan	121
BAB V	132
KESIMPULAN DAN SARAN	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN-LAMPIRAN	145

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	45
Tabel 3. 1	59
Tabel 3. 2	61
Tabel 4. 1	73
Tabel 4. 2	78
Tabel 4. 3	80
Tabel 4. 4	81
Tabel 4. 5	83
Tabel 4. 6	85
Tabel 4. 7	87
Tabel 4. 8	89
Tabel 4. 9	89
Tabel 4. 10	90
Tabel 4. 11	91
Tabel 4. 12	92
Tabel 4. 13	93
Tabel 4. 14	93
Tabel 4. 15	94
Tabel 4. 16	95
Tabel 4. 17	96
Tabel 4. 18	97
Tabel 4. 19	98
Tabel 4. 20	99
Tabel 4. 21	100
Tabel 4. 22	101
Tabel 4. 23	102
Tabel 4. 24	102
Tabel 4. 25	103
Tabel 4. 26	103
Tabel 4. 27	104
Tabel 4. 28	105
Tabel 4. 29	106
Tabel 4. 30	106
Tabel 4. 31	107
Tabel 4. 32	108
Tabel 4. 33	110
Tabel 4. 34	111
Tabel 4. 35	112
Tabel 4. 36	113

Tabel 4. 37	114
Tabel 4. 38	114
Tabel 4. 39	115
Tabel 4. 40	116
Tabel 4. 41	118
Tabel 4. 42	120
Tabel 4. 43	120



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	1
Gambar 2. 1	52
Gambar 4. 1	72
Gambar 4. 2	79
Gambar 4. 3	81
Gambar 4. 4	83
Gambar 4. 5	85
Gambar 4. 6	86
Gambar 4. 7	88



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 157 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ya
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (ـَ) untuk vokal *a*, *kasroh* (ـِ) untuk vokal *i*, dan *dhumma* (ـُ) untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *au* yaitu harakat *a* (*fathah*) diikuti *wawu* (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (*fathah*) diiringi huruf *ya’* (ي) *sukun* (mati).

Contoh vokal tunggal : كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap :

1. Fathah + yā^ˁ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أَي).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

2. Fathah + wāwu mati ditulis au (أَوْ).

Contoh: هَؤُلَاءِ ditulis haula

C. Madda

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...	Atau fathah dan ya		
ي...	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu: ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ى** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **ىِ**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis rabbanâ
الْحَدُّ ditulis al-ḥaddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu
الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

2. Kata sandang diikuti huruf qomariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis al-Maliku
الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَأَنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn.

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِيّ ditulis al-Bukhârî

الْبَيْهَقِيّ ditulis al-Baihaqî

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON