JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN JAMAAH DI PT GRAND RESTU HARAMAIN

Irfandi[1], Syati Manaharawan Siregar[2,*], Sandhi Fialy Harahap[3]
[1,2,3]Universitas Haji Sumatera Utara, Indonesia
Email: [1]irfandi@gmail.com, [2]syatimanaharawan@unhaj.ac.id, [3]sandhifialy@gmail.com
* syatimanaharawan@unhaj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan jamaah di PT. grand restu haramain. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan mempergunakan pendekatan normatif (legal research) untuk mendapatkan data skunder dan pendekatan empiris (yuridis sosiologis) untuk memperoleh data primer melalui penelitian lapangan (field research).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan jamaah di PT. grand restu haramain, berdasarkan indikator adalah sebagai berikut: Pertama, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah berpengaruh secara positif dan signifikan yang dimana artinya apabila kualitas pelayanan membaik maka kepuasan jamaah juga akan membaik. Kedua, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan jamaah berpengaruh secara positif dan signifikan yang dimana artinya apabila kualitas produk membaik maka kepuasan jamaah juga akan membaik. Ketiga, pengaruh secara bersamaan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan jamaah berpengaruh positif dan signifikan yang dimana artinya apabila kualitas pelayanan dan kualitas produku meningkat maka kepuasan jamaah juga akan meningkat.

Untuk itu diharapkan kepada PT. Grand Restu Haramain dalam hal memperbaiki kepuasan jamaah agar pimpinan lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanannya, dan kualitas produknya. Agar terciptanya kepuasan jamaah yang baik di PT. Grand Restu Haramain

Kata kunci : kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan Jemaah, SDM, layanan

Abstract

This study aims to determine the extent to which service quality and product quality influence pilgrim satisfaction at PT. Grand Restu Haramain. The study employs a quantitative descriptive method, utilizing a normative approach (legal research) to obtain secondary data and an empirical approach (socio-legal research) to gather primary data through field research.

The research findings indicate that the influence of service quality and product quality on pilgrim satisfaction at PT. Grand Restu Haramain—based on the established indicators—is as follows: First, service quality has a positive and significant influence on pilgrim satisfaction, meaning that improvements in service quality lead to improvements in pilgrim satisfaction. Second, product quality has a positive and significant influence on pilgrim satisfaction, meaning that improvements in product quality lead to improvements in pilgrim satisfaction. Third, the combined influence of service quality and product quality on pilgrim satisfaction is positive and significant, meaning that increases in both service quality and product quality result in increased pilgrim satisfaction.

Therefore, it is recommended that the management of PT. Grand Restu Haramain pay closer attention to service quality and product quality in order to enhance pilgrim satisfaction and ensure a high level of satisfaction among pilgrims at the company

Keywords: service quality, product quality, pilgrim satisfaction, human resources, service

Pendahuluan

Negara kita merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar. Ibadah haji dan umroh merupakan salah satu ibadah yang dilakukan oleh muslim bagi yang mampu melaksanakannya baik secara fisik maupun materi. Terkait Dengan lamanya daftar tunggu ibadah haji di Indonesia maka masyarakat Indonesia cenderung lebioh memilih cara pintas yang lebih cepat untuk bisa menjadi tamu Allah SWT, yaitu dengan

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

melaksanakan ibadah umrah. Indonesia telah memiliki lebih dari 100 penyelenggara perjalanan ibadah umroh (PPIU) yang terdaftar di Asosiasi Muslim Pengusaha Haji dan Umrah Republik Indonesia (AMPHURI). Dan untuk wilayah Sumatera Utara lebih dari 50 Travel Umroh yang tergabung dalam Asosiasi Travel Sumatera Utara (AMTAS) dan Travel Umroh khususnya Medan Sumatera Utara telah memiliki 20 Travel Umroh yang memiliki izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) dari Kementerian Agama yang tergabung dalam Forum Komunikasi Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (FK-PPIU). PT. grand restu haramain rata – rata dalam satu bulan memberangkatkan Jama'ah lebih dari dua grup dalam satu bulan, karena minat jama'ah yang cukup tinggi menjadi tamu Allah SWT, dan kuota yang tersedia juga mencukupi untuk terus diberangkatkan setiap bulannya. Hal inilah yang membuat PT. Grand Restu haramain semakin dipercaya dalam melaksanakan perjalan Ibadah Umroh bagi tamu-tamu Allah swt. Persaingan dalam dunia usaha merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari. Persaingan yang wajar akan memunculkan semangat untuk saling berlomba – lomba dalam memberikan produk dan pelayanan paling baik kepada jamaah. Pada dasarnya semua jamaah menginginkan produk dan pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif untuk menggunakan suatu jasa. Oleh sebab itu untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, maka perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan pengelolaan yang berkualitas dari segala aspek, baik dari segi sumber daya manusia, kerampingan organisasi, manajemen pemasaran maupun manajemen keuangan. Untuk itu, menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang kepuasan jamaah dalam hal ini jamaah pada travel PT. Grand Restu haramain maka dari itu penulis mengangkat judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Jamaah di PT. Grand Restu haramain

MetodePenelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 84 orang. Yang dilaksanakan di kota Medan pada PT. Grand Restu Haramain. Yang berada di alamat Komplek Tritura Mas, Jl. Jenderal Besar A.H. Nasution Jl. Tritura No B-18, Pangkalan Masyhur, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20219. Dengan menggunakan tehnik analisis regresi linier berganda dan untuk uji hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan

Hasil dan Pembahasan

1). Deskriptif Variabel Kepuasan Jamaah

Hasil dari frekuensi jawaban responden dalam penelitian ini dapat di sajikan dibawah ini, dimana peneliti menggunakan *Statistic Descriptive frekuensi* pada sofwer SPSS

Tabel. 4.5
Deskriptif variabel Kepuasan Jamaah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan umroh kembali bersama PT. Grand Restu Haramain	21	55	7		
2	Saya akan terus menggunakan travel grand restu haramain	28	43	8	3	1
3	Harga yang di sediakan PT Grand restu Haramain cukup terjangkau	18	62	3		
4	Produk yang disediakan cukup memuaskan	29	45	9		
5	Saya akan menyampaikan kepada orang banyak tentang produk PT. Grand Restu Haramain	11	63	9		
6	Saya akan mengajak teman teman saya menggunakan jasa PT. Grand Restu Haramain	14	62	7		
7	Saya puas dengan produk dari PT. Grand Restu Haramain	12	62	9		
8	Semua petugas sangat baik dan ramah	15	51	15	1	1

JUMPER
Jurnal Manajemen dan Pemasaran
ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

9	Kualitas pelayanan yang di berikan sangat baik	17	63	3		
10	Kualitas produk yang di berikan sangat baik	11	63	9		
11	Pengalaman selama perjalanan sangat berkesan	27	47	9		
12	Pemandu dari PT grand restu haramain sangat ramh baik dalam dan luar negeri	20	55	8		
	Total	223	671	96	4	2

Sumber : data diolah 2025

Dari tabel 4.5 diatas terlihat bahwa nilai penjumlahan dari pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 223, dan nilai pernyataan setuju (s) sebesar 671 dan nilai pernyataan netral (N) sebesar 96 dan nilai dari pernyataan tidak setuju (TS) sebesar 4 dan nilai dari pernyataan sangat tidak setuju (STS) sebesar 2 . maka dengan demikian kebanyakan responden menjawab dengan pernyataan setuju.

2). Deskriptif variabel kualitas pelayanan

Hasil dari frekuensi jawaban responden dalam penelitian ini dapat di sajikan dibawah ini, dimana peneliti menggunakan *Statistic Descriptive frekuensi* pada sofwer SPSS

Tabel 4.6
Deskriptif variabel kualitas pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Perlengkapan yang di berikan sudah sesuai dengan keinginan saya	21	56	6		
2	Saya puas dengan perlengkapan yang di berikan	21	61	1		
3	Saya tidak pernah mendapatkan kendala dalam pemesanan peroduk	21	57	3	2	
4	Semua urusan saya selalu di permudah perusahaan	11	53	10	8	1
5	Perusahaan selalu peka terhadap keluhan saya	20	61	1	1	
6	Semua keluhan saya di tanggapi oleh pihak perusahaan	24	53	3	3	
7	Jaminan keberangkatan yang di tawarkan perusahaan kepada saya sudah memuaskan	20	48	6	4	5
8	Jaminan perjalanan umroh yang di berikan perusahaan kepada saya sangat aman	21	53	1	6	2
9	Saya merasakan kepedulian petugas yang di berikan perusahaan sudah sangat tinggi	19	58	4	2	
10	Saya selalu merasa puas akan semua produk yang di tawarkan	21	56	6		
	Total	199	556	41	26	8

Sumber : data diolah 2025

Dari tabel 4.6 diatas terlihat bahwa nilai penjumlahan dari pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 199, dan nilai pernyataan setuju (s) sebesar 556, dan nilai pernyataan netral (N) sebesar41, dan nilai dari pernyataan tidak setuju (TS) sebesar 26, dan nilai dari pernyataan sangat tidak setuju (STS) sebesar 8 . maka dengan demikian kebanyakan responden menjawab dengan pernyataan setuju.

3). Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Hasil dari frekuensi jawaban responden dalam penelitian ini dapat di sajikan dibawah ini, dimana peneliti menggunakan *Statistic Descriptive frekuensi* pada sofwer SPSS

Tabel 4.7
Deskriptif variabel kualitas produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya senang dengan kinerja karyawan PT grand restu haramain	19	53	11		
2	Kualitas produk yang di tawarkan kepada saya sudah maksimal	15	59	9		
3	Kecepatan Pelayanan yang diberikan kepada saya sudah sangat memuaskan	21	56	6		
4	Kebenaran Segala jenis produk yang saya inginkan tersedia di PT grand restu haramain	28	45	10		
5	Semua perlengkapan jamaah yang di sediakan perusahaan sudah sesuai	11	63	9		
6	Saya puas dengan ketepatan waktu PT grand restu haramain	27	46	10		
7	Saya senang dengan oprasional yang di sediakan	31	44	8		
8	Saya senang dengan kemudahan complain di PT. Grand Restu Haramain	16	57	8	2	
9	Saya senang dengan fitur yang ada	20	57	6		
10	Saya senang dengan estetika yang ada	24	50	9		
	Total	212	530	86	2	

Sumber : data diolah 2025

ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Dari tabel 4.7 diatas terlihat bahwa nilai penjumlahan dari pernyataan sangat setuju (SS) sebesar 212, dan nilai pernyataan setuju (s) sebesar 530, dan nilai pernyataan netral (N) sebesar 86, dan nilai dari pernyataan tidak setuju (TS) sebesar 2. maka dengan demikian kebanyakan responden menjawab dengan pernyataan setuju

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah

Dari hasil penelitian bahwa H0 di tolak, yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan jamaah di PT. Grand restu haramain. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan membaik maka kepuasan jamaah juga akan membaik di PT. grand restu haramain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya kurang efesiennya kepuasan jamaah PT. grand restu haramain. Karena berdasarkan angket yang di sebarkan peneliti kepada para jamaah, responden masih ada yang memberi pernyataan netral atau tidak setuju pada variabel kepuasan jamaah dan kualitas pelayanan. Hal yang demikian menunjukkan bahwa kepuasan yang di tunjukkan oleh jamaah masih kurang memuaskan karena kualitas pelayanan yang di beri oleh PT. Grand restu haramain. Sebagai salah satu gambaran adalah masalah jaminan yang di berikan oleh PT. grand restu haramain masih ada beberapa jamaah yang mengkhawitirkannya karena ada beberapa menjawab tidak setuju bahkan sangat tidak setuju pada point angket " jaminan keberangkatan yang di tawarkan kepada saya sudah memuaskan " pada point ini ada 5 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebutlah yang menjadi permasalahan kepuasan jamaah pada PT. Grand Restu Haramain. Maka dari itu bagi PT Grand Restu Haramain harus meningkatkan kualitas pelayanannya terutama di bagian jaminan untuk meningkatkan kepuasan jamaah kepada PT. Grand Restu Haramain. PT. Grand Restu Haramain harus bisa memberikan kepastian atau meyakinkan jamaah bahwa mereka akan di berangkatkan, dan bila perlu PT. Grand Restu Haramain memberikan jaminan apabila jamaah tidak jadi berangkat di waktu yang sudah di sepakati, agar pelanggan lebih yakin dan puas terhadap PT Grand Restu Haramain Penelitian ini mendukung Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mirna dkk (2020), dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada toko novia pusat grosir butung makassar". hasil penelitian menyebutkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.Maka Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah di PT. Grand Restu Haramain.

ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan jamaah

Dari hasil penelitian bahwa H0 di tolak, yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan jamaah di PT. Grand Restu Haramain. Dengan demikian apabila kualitas produk di PT. Grand Restu Haramain membaik maka kepuasan jamaah juga akan membaik PT. Grand Restu Haramain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya kurang efesiennya kepuasan jamaah PT. Grand Restu Haramain. Karena berdasarkan angket yang di sebarkan peneliti kepada para jamaah masih ada yang memberi pernyataan netral atau tidak setuju pada variabel kepuasan Jamaah dan kualitas produk. Hal yang demikian menunjukkan bahwa kepuasan yang di tunjukkan oleh jamaah masih kurang memuaskan karena kualitas produk yang di beri oleh PT. Grand Restu Haramain. Sebagai salah satu gambaran adalah masalah " saya senang dengan kemudahan complain di PT. Grand Restu Haramain" pada butir pernyataan tersebut masih ada dari jamaah yang menjawab tidak setuju yang dimana artinya penanganan complain yang di berikan oleh PT Grand Restu Haramain belum memuaskan hati para jamaah. Maka dari itu bagi PT. Grand Restu Haramain harus meningkatkan kualitas produknya terutama di bagian complain untuk meningkatkan kepuasan jamaah PT. Grand Restu Haramain. Penelitian ini mendukung Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Martin dkk (2023), dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan reputasi perusahaan Terhadap Kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variable moderasi Pada toko pakaian serba 35000" menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh postif dan signifikan. Maka Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah di PT. Grand Restu Haramain..

3. Pengaruh secara bersama sama Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan jamaah

Dari hasil penelitian bahwa H0 ditolak yang artinya bahwa secara bersamaan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jamaah di PT. Grand Restu Haramain. Dengan demikian artinya semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk maka semakin baik pula kepuasan jamaah di PT. Grand Restu Haramain. Berdasarkan Pada table 4.11 dapat dilihat di kolom F nilai Fhitung sebesar 4.817 sementara nilai F table sebesar 2.71. yang artinya F hitung lebih besar dari pada F table maka dengan demikian H0 di tolak dan Ha diterima yang artinya variable bebas (X) berpengaruh secara bersama sama tehadap variable terikat (Y)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah di bahas pada bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel Kepuasan jamaah.Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel kepuasan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara bersama sama antara variable kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan jamaah

Referensi

BUKU

Fachmi Irham ,2018 : Manajemen Pengambilan Keputusan ; teori dan aplikasi, Bandung Alfabetagh

Ghozali, I, 2020, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

ISSN : 2985 – 492X
Vol 5 , No 1, Tahun 2026
Halaman : 1- 6
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper

Kotler P dan Keller, K.L, 2016, Marketing Management 15th Edition, New Jersey, Prentice Hall

_____ dan G Armstrong, 2019, Dasar – Dasar Pemasaran, Penerbit PT Indeks Gramedia, Jakarta

Lovelock, C dan Wirtz, J, 2017, Service Marketing: People, Technology, and Strategy 6th Edition, Pearson Education, New jersey

Muhamad, 2018, Manajemen Keuangan Syariah (Analisis Fiqh dan Keuangan), UPP STIM YKPN, Yogyakarta

sugiyono (2020). metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. bandung alphabet

Santoso, S, 2020, Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS, Elex Media Komputindo, Jakarta

Schiffman, L, G dan Kanuk, L, L, 2017, Consumer Behaviour, 9th Edition, London, Prentice Hall

Simamora, Bilson, 2018, Panduan Riset Perilaku konsumen. Gramedia PustakaUtama, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2020, Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Penerbit Andi, Yogyakarta

Umar, H, 2018, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Zeithaml, V, A, Bitner dan Gremler, 2019, Service Marketing 5th Edition, The McGraw-Hill Companies, Singapore

JURNAL

Abna Hanif Novel, Shandrya Victor Kamanda, dan kepi kusumayanti, 2022, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen cfc batuaji batam “ jurnal AL-Amal Volume 1 Nomor 1 hal 26 -32

Mahira , Prasetyo Hadi, dan Heni Nastiti, 2021, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome “ jurnal KORELASI Volume 2 hal 1267 -1283

Martin Purba , Ade Parlaungan Nst, Aziddin Hrp, 2023, “Pengaruh Kualitas Pelayanan ,Kualitas Produk dan reputasi perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan kepercayaan sebagai variable moderasi “ jurnal REMIK Volume 7 No.2 hal 1091 - 1107

Mirna Ayu Novia, Baharuddin Semmaila, dan imaduddin, 2020, “Pengaruh Kualitas layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “ jurnal TATA KELOLA Volume 7 Nomor 2 hal 201 -212