PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KECEPATAN RESPON TERHADAP KEPUASAN JAMAAH PADA PT ARETHA TOUR DAN TRAVEL

Hafizoh[1], Bryan Givan, S.E., M.M.[2]

Program Study Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis[1]
Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia
https://nusamandiri.ac.id
fizohfizoh457@gmail.com, bryan.bgv@nusamandiri.ac.id
(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract— The Umrah and Hajj travel service industry is required to provide high-quality services and prompt responses to meet pilgrims' expectations. This study aims to analyze the effect of service quality and response speed on pilgrim satisfaction at PT Aretha Tour and Travel. The research employed a quantitative approach with a descriptive associative method. The sampling technique used was purposive sampling involving 111 respondents who had utilized the services of PT Aretha Tour and Travel. Data were collected through questionnaires and analyzed using IBM SPSS Statistics Version 26. The analytical techniques included validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination testing, t-test, and F-test. The results indicated that service quality did not have a significant partial effect on pilgrim satisfaction with a significance value of 0.212. Likewise, response speed did not have a significant partial effect on pilgrim satisfaction with a significance value of 0.105. However, simultaneously, service quality and response speed had a significant effect on pilgrim satisfaction with an F-value of 7.605 and a significance level below 0.001. The coefficient of determination (R^2) was 0.123, indicating that service quality and response speed explained 12.3% of the variation in pilgrim satisfaction, while the remaining 87.7% was influenced by other factors outside the research model. These findings suggest that improving pilgrim satisfaction requires an integrated synergy between service quality and response speed.

Keywords*: service quality, response speed, pilgrim satisfaction, travel services, customer satisfaction.*

Abstrak— Industri jasa perjalanan umroh dan haji dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas serta respon yang cepat guna memenuhi harapan jamaah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah pada PT Aretha Tour dan Travel. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 111 jamaah yang pernah menggunakan layanan PT Aretha Tour dan Travel. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah dengan nilai signifikansi 0,212, sedangkan kecepatan respon juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah dengan nilai signifikansi 0,105. Namun, secara simultan kualitas pelayanan dan kecepatan respon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah dengan nilai F hitung sebesar 7,605 dan signifikansi kurang dari 0,001. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,123 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon mampu menjelaskan kepuasan jamaah sebesar 12,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan jamaah memerlukan sinergi antara kualitas pelayanan dan kecepatan respon secara terpadu.

Kata Kunci*: kualitas pelayanan, kecepatan respon, kepuasan jamaah, travel umroh, kepuasan pelanggan*.

Vol. 0, No. 1 Mei 2025 | DOI: https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i1.xxxx

PENDAHULUAN

Industri penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Setelah masa pemulihan pascapandemi COVID-19, jumlah jamaah umroh Indonesia terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut diikuti dengan bertambahnya jumlah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang beroperasi di Indonesia sehingga tingkat persaingan antar perusahaan penyedia jasa perjalanan umroh semakin tinggi. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan terbaik guna mempertahankan kepercayaan dan kepuasan jamaah. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya (Kotler & Keller, 2022).

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan cenderung merasa tidak puas. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, serta menjadi sarana promosi yang efektif melalui rekomendasi dari pelanggan kepada pihak lain (Tjiptono, 2022). Oleh karena itu, perusahaan jasa perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Salah satu faktor yang diyakini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan melalui dimensi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles) (Parasuraman et al., 1988). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan terhadap layanan yang diterima. Dalam industri perjalanan umroh, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan fasilitas yang diberikan, tetapi juga mencakup ketepatan informasi, kemampuan karyawan dalam melayani jamaah, serta perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan selama proses pelayanan berlangsung. Selain kualitas pelayanan, kecepatan respon juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kecepatan respon menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan tanggapan secara cepat dan tepat terhadap pertanyaan, kebutuhan informasi, maupun keluhan pelanggan. Pada era digital saat ini, pelanggan mengharapkan layanan yang cepat dan responsif sehingga keterlambatan dalam memberikan tanggapan dapat menimbulkan ketidakpuasan bahkan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Kecepatan respon yang baik dapat menciptakan rasa aman, meningkatkan kenyamanan pelanggan, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan (Sari & Wijaya, 2022).

PT Aretha Tour dan Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh dan haji. Sebagai perusahaan jasa yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, PT Aretha Tour dan Travel dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan responsif guna memenuhi harapan jamaah. Berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan beberapa kendala yang berkaitan dengan pelayanan, seperti keterlambatan penyampaian informasi kepada jamaah, lambatnya penanganan keluhan, serta adanya ketidaksesuaian antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan jamaah dan dapat berdampak pada kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan sebelumnya. Putri dan Rahman (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hidayat dan Nugroho (2020) menemukan bahwa kecepatan respon menjadi faktor yang dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya pada sektor jasa yang mengutamakan komunikasi dan pelayanan secara langsung.

Di sisi lain, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Pratama dan Lestari (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan, namun tidak berpengaruh secara parsial. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya

ketidakkonsistenan temuan empiris mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan pelanggan. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya research gap yang masih memerlukan kajian lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, kajian yang secara khusus meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah pada perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umroh masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian yang digunakan, yaitu PT Aretha Tour dan Travel, serta pada pengujian pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah dalam konteks industri perjalanan ibadah umroh. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan kepada jamaah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah, menganalisis pengaruh kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon secara simultan terhadap kepuasan jamaah pada PT Aretha Tour dan Travel.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antara kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah pada PT Aretha Tour dan Travel. Penelitian dilaksanakan pada PT Aretha Tour dan Travel dengan objek penelitian berupa jamaah yang telah menggunakan layanan perjalanan ibadah umroh dan haji yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jamaah yang pernah menggunakan layanan PT Aretha Tour dan Travel. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden pernah menggunakan layanan perusahaan dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Berdasarkan proses pengumpulan data, diperoleh sebanyak 111 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan digunakan sebagai sampel penelitian.

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert lima tingkat, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah yang telah disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Tahapan analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan data yang digunakan. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan jamaah.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e}$$

Keterangan:
Y = Kepuasan Jamaah
α = Konstanta
β_1 = Koefisien Kualitas Pelayanan
β_2 = Koefisien Kecepatan Respon
X_1 = Kualitas Pelayanan
X_2 = Kecepatan Respon
e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 111 responden yang merupakan jamaah PT Aretha Tour dan Travel. Karakteristik responden disajikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Vol. 0, No. 1 Mei 2025 | DOI: https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i1.xxxx

Kategori Responden	Jumlah Responden	Proporsi (%)
Laki-laki	47	42,3%
Perempuan	64	57,7%
Total	111	100%

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Responden perempuan berjumlah 64 orang atau sebesar 57,7%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 47 orang atau sebesar 42,3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas jamaah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengguna layanan PT Aretha Tour dan Travel pada penelitian ini lebih banyak berasal dari kelompok perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Proporsi (%)
< 20 Tahun	7	6,3%
20–30 Tahun	63	56,8%
31–40 Tahun	29	26,1%
41–50 Tahun	11	9,9%
> 50 Tahun	1	0,9%
Total	111	100%

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berada pada rentang usia 20–30 tahun dengan jumlah 63 orang atau sebesar 56,8% dari total responden. Kelompok usia 31–40 tahun menempati urutan kedua dengan jumlah 29 orang atau sebesar 26,1%, diikuti kelompok usia 41–50 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 9,9%. Sementara itu, responden yang berusia di bawah 20 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 6,3%, dan responden yang berusia di atas 50 tahun hanya berjumlah 1 orang atau sebesar 0,9%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas jamaah yang menjadi responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia produktif, yaitu 20–30 tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengguna layanan PT Aretha Tour dan Travel didominasi oleh individu yang berada pada usia produktif dan memiliki minat untuk melaksanakan ibadah umroh maupun haji. Selain itu, distribusi usia responden yang beragam memberikan gambaran bahwa layanan perusahaan digunakan oleh berbagai kelompok usia, sehingga persepsi terhadap kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah dapat diukur secara lebih representatif.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenjang Pendidikan	Jumlah Responden	Proporsi (%)
SMA/Sederajat	37	33,3%
Diploma	12	10,8%
Strata 1 (S1)	57	51,4%
Sedang Menempuh S1	1	0,9%
Strata 2 (S2)	4	3,6%
Total	111	100%

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Strata 1 (S1) dengan jumlah 57 orang atau sebesar 51,4% dari total responden. Responden dengan pendidikan SMA/sederajat berjumlah 37 orang atau sebesar 33,3%, sedangkan responden dengan pendidikan Diploma sebanyak 12 orang atau sebesar 10,8%. Selain itu, terdapat 4 responden atau sebesar 3,6% yang memiliki pendidikan Strata 2 (S2), serta 1 responden atau sebesar 0,9% yang sedang menempuh pendidikan Strata 1 (S1).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, yaitu pada jenjang Strata 1 (S1). Tingkat pendidikan yang baik memungkinkan responden memiliki pemahaman yang lebih luas terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, penilaian responden terhadap kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah dalam

penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif dan sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan layanan PT Aretha Tour dan Travel.

Tabel 4. Distribusi Responden Menurut Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah Responden	Proporsi
Pegawai Swasta	37	33,3%
Pelajar/Mahasiswa	29	26,1%
Pegawai Negeri	19	17,1%
Wiraswasta	13	11,7%
Ibu Rumah Tangga	11	9,9%
Pengangguran	1	0,9%
Tidak Menjawab	1	0,9%
Total	111	100%

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden berstatus sebagai pegawai swasta dengan jumlah 37 orang atau sebesar 33,3% dari total responden. Selanjutnya, responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 29 orang atau sebesar 26,1%, sedangkan pegawai negeri berjumlah 19 orang atau sebesar 17,1%. Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang atau sebesar 11,7%, dan ibu rumah tangga sebanyak 11 orang atau sebesar 9,9%. Sementara itu, masing-masing terdapat 1 responden atau sebesar 0,9% yang berstatus pengangguran dan tidak memberikan jawaban terkait status pekerjaannya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan. Dominasi responden yang bekerja sebagai pegawai swasta menunjukkan bahwa kelompok pekerja aktif merupakan pengguna layanan PT Aretha Tour dan Travel yang cukup besar. Keberagaman status pekerjaan responden memberikan variasi sudut pandang dalam menilai kualitas pelayanan dan kecepatan respon perusahaan, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan tingkat kepuasan jamaah secara lebih komprehensif.

Berdasarkan karakteristik responden yang telah diuraikan, penelitian ini melibatkan 111 responden dengan latar belakang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan yang beragam. Keberagaman karakteristik tersebut memberikan gambaran yang representatif mengenai persepsi jamaah terhadap kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan tingkat kepuasan yang diberikan oleh PT Aretha Tour dan Travel. Selanjutnya, dilakukan pengujian kualitas instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas sebelum dilakukan analisis regresi dan pengujian hipotesis.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Correlations		
		Total X1
PT Aretha Tour dan Travel memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Pearson Correlation	.580***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Jadwal keberangkatan yang diberikan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan	Pearson Correlation	.524***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas memberikan pelayanan dengan cepat ketika saya membutuhkan bantuan	Pearson Correlation	.276**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	111
Petugas selalu siap membantu ketika saya mengalami kesulitan	Pearson Correlation	.478***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111

Vol. 0, No. 1 Mei 2025 | DOI: https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i1.xxxx

Petugas memiliki pengetahuan yang baik mengenai layanan umroh dan haji	Pearson Correlation	.414***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya merasa yakin dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Aretha Tour dan Travel	Pearson Correlation	.494***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas memberikan perhatian terhadap kebutuhan jamaah secara individual	Pearson Correlation	.517***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas melayani jamaah dengan ramah dan sopan	Pearson Correlation	.440***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Fasilitas yang disediakan PT Aretha Tour dan Travel dalam kondisi baik dan memadai	Pearson Correlation	.453***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Penampilan petugas terlihat rapi dan profesional	Pearson Correlation	.522***
TOTAL X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	111

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,1865. Nilai korelasi masing-masing item berkisar antara 0,276 hingga 0,580 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan layak digunakan dalam proses pengumpulan data dan analisis penelitian selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kecepatan Respon

Correlations		
		Total X2
Informasi yang saya butuhkan diberikan dengan cepat oleh perusahaan	Pearson Correlation	.350***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Perusahaan segera memberikan informasi terkait perubahan jadwal atau kegiatan	Pearson Correlation	.519***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Pertanyaan yang saya ajukan selalu dijawab dengan cepat	Pearson Correlation	.391***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas memberikan jawaban yang jelas terhadap pertanyaan yang saya sampaikan	Pearson Correlation	.379***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Keluhan yang saya sampaikan ditangani dengan cepat	Pearson Correlation	.379***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas berusaha memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan jamaah	Pearson Correlation	.336***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Perusahaan memberikan respon yang cepat secara konsisten	Pearson Correlation	.375***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya memperoleh pelayanan yang sama baiknya	Pearson Correlation	.410***
	Sig. (2-tailed)	<,001

setiap kali menghubungi perusahaan	N	111
Saya mudah menghubungi PT Aretha Tour dan Travel melalui media komunikasi yang tersedia	Pearson Correlation	.324***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Perusahaan mudah dihubungi ketika saya membutuhkan informasi atau bantuan	Pearson Correlation	.475***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
TOTAL X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	111

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kecepatan respon memiliki nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,1865. Nilai korelasi masing-masing item berkisar antara 0,324 hingga 0,519 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kecepatan respon dinyatakan valid karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kecepatan respon layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Jamaah

Correlations		
		Total Y
Pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya	Pearson Correlation	.527***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan saya sebagai jamaah	Pearson Correlation	.383***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya merasa puas terhadap fasilitas yang diberikan selama menggunakan jasa PT Aretha Tour dan Travel	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Fasilitas yang diberikan sesuai dengan paket yang ditawarkan	Pearson Correlation	.275**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	111
Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas	Pearson Correlation	.395***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Petugas memberikan pelayanan yang profesional dan menyenangkan	Pearson Correlation	.362***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya bersedia menggunakan kembali jasa PT Aretha Tour dan Travel pada masa yang akan datang	Pearson Correlation	.436***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
PT Aretha Tour dan Travel akan menjadi pilihan utama saya untuk perjalanan umroh atau haji berikutnya	Pearson Correlation	.378***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya bersedia merekomendasikan PT Aretha Tour dan Travel kepada keluarga atau teman	Pearson Correlation	.398***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Saya akan memberikan penilaian positif kepada orang lain mengenai PT Aretha Tour dan Travel	Pearson Correlation	.465***
	Sig. (2-tailed)	<,001
	N	111
Total Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	111

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 7, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan jamaah memiliki nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar

Vol. 0, No. 1 Mei 2025 | DOI: https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i1.xxxx

0,1865. Nilai korelasi masing-masing item berkisar antara 0,275 hingga 0,527 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Nilai korelasi tertinggi terdapat pada item pernyataan mengenai kesesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan jamaah sebesar 0,527, sedangkan nilai korelasi terendah terdapat pada item mengenai kesesuaian fasilitas dengan paket yang ditawarkan sebesar 0,275. Meskipun demikian, seluruh nilai korelasi tetap memenuhi kriteria validitas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan jamaah dinyatakan valid dan mampu mengukur tingkat kepuasan jamaah secara tepat. Dengan demikian, seluruh indikator kepuasan jamaah layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

Kesimpulan Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah, seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1865 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item instrumen penelitian dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dapat digunakan dalam proses analisis data pada tahap selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,609	Reliabel
Kecepatan Respon (X2)	0,601	Reliabel
Kepuasan Jamaah (Y)	0,648	Reliabel
Total	-	Reliabel

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 8, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,609, variabel kecepatan respon sebesar 0,601, dan variabel kepuasan jamaah sebesar 0,648. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari batas minimum reliabilitas sebesar 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel yang diteliti.

Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kecepatan respon, dan kepuasan jamaah dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam proses analisis data lebih lanjut. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa jawaban responden cenderung konsisten sehingga hasil penelitian dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan jamaah.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	15,992	3,263	-	4,900	<0,001
Kualitas Pelayanan (X1)	0,172	0,137	0,164	1,254	0,212
Kecepatan Respon (X2)	0,223	0,136	0,214	1,636	0,105

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15{,}992 + 0{,}172X_1 + 0{,}223X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon memiliki hubungan positif terhadap kepuasan jamaah. Semakin baik kualitas pelayanan dan semakin cepat respon yang diberikan perusahaan, maka kepuasan jamaah cenderung meningkat.

Uji Parsial (Uji t)
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah

Berdasarkan Tabel 9, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,212. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05

sehingga kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah PT Aretha Tour dan Travel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum mampu meningkatkan kepuasan jamaah secara signifikan. Meskipun memiliki arah hubungan positif, pengaruh yang diberikan belum cukup kuat secara statistik.

Pengaruh Kecepatan Respon terhadap Kepuasan Jamaah

Berdasarkan Tabel 9, variabel kecepatan respon memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,105. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga kecepatan respon tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah PT Aretha Tour dan Travel.

Hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan respon bukan merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan jamaah dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	262,976	2	131,488	7,605	<0,001
Residual	1.867,280	108	17,290		
Total	2.130,256	110			

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh nilai F hitung sebesar 7,605 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah PT Aretha Tour dan Travel.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun secara parsial kedua variabel tidak berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama keduanya mampu memberikan kontribusi terhadap kepuasan jamaah.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan kecepatan respon dalam menjelaskan variasi kepuasan jamaah pada PT Aretha Tour dan Travel. Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 12.

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,351	0,123	0,107	4,158

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Berdasarkan Tabel 12, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,351. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon memiliki hubungan positif terhadap kepuasan jamaah. Namun demikian, tingkat hubungan yang terbentuk tergolong rendah karena nilai korelasi berada pada rentang 0,20–0,39.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,123 atau 12,3% menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kecepatan respon mampu menjelaskan variasi kepuasan jamaah sebesar 12,3%. Sementara itu, sebesar 87,7% variasi kepuasan jamaah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan jamaah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kecepatan respon, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti harga paket perjalanan, citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, fasilitas yang diberikan, kenyamanan selama perjalanan ibadah, maupun faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang relevan agar mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jamaah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada jamaah PT Aretha Tour dan Travel, diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respon secara individual belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jamaah. Meskipun kedua variabel memiliki arah hubungan yang positif, pengaruh yang diberikan belum cukup kuat secara statistik untuk meningkatkan kepuasan jamaah secara terpisah. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan jamaah tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan maupun kecepatan respon secara individual, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang berkaitan dengan pengalaman jamaah selama menggunakan layanan perusahaan.

Namun demikian, ketika kualitas pelayanan dan kecepatan respon diuji secara bersama-sama, kedua variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap

Vol. 0, No. 1 Mei 2025 | DOI: https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i1.xxxx

kepuasan jamaah. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan jamaah memerlukan kombinasi pelayanan yang berkualitas serta respon yang cepat dan tepat dari perusahaan. Selain itu, kemampuan kedua variabel dalam menjelaskan kepuasan jamaah masih tergolong terbatas, sehingga terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi tingkat kepuasan jamaah. Oleh karena itu, PT Aretha Tour dan Travel perlu terus meningkatkan kualitas layanannya secara menyeluruh serta memperhatikan faktor-faktor pendukung lainnya guna meningkatkan kepuasan jamaah secara optimal.

REFERENSI

Andika, A., & Saputra, B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan respon terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital, 3*(1), 45–58.

Astiti, S. O., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). The effect of service quality, promotion, and price on customer satisfaction of Gojek users. *Journal of Management and Business Review, 19*(2), 145–158.

Ghozali, I. (2022). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lestari, W., & Wibowo, A. (2023). Analisis hubungan antara responsiveness dan reliability terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 11*(2), 85–94.

Putri, A., & Rahman, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran, 10*(2), 89–103.

Sari, K., & Wijaya, R. (2022). Pengaruh kecepatan respon terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Komunikasi dan Layanan, 7*(4), 155–168.

Sari, R., et al. (2023). Penentuan jumlah sampel minimal populasi tidak diketahui dengan formula Lemeshow. *Jurnal Metode Penelitian Kuantitatif, 2*(2), 77–89.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.