

ABSTRAK

Industri perjalanan wisata di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar didunia dan mendapatkan jatah kuota jemaah umrah yang lebih besar dibandingkan dengan negara lainnya. Di Indonesia mayoritas penduduknya menganut agama islam, dari tahun ke tahun terlihat masyarakatnya antusias melaksanakan ibadah umrah. Hal ini dapat dipahami mengingat umrah bukan saja ibadah yang mengandung kebiasaan *sosio-religius*, namun juga sebagai tradisi yang sudah lama terjadi dikalangan masyarakat Indonesia, sehingga dalam pelaksanaannya harus ditangani secara professional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen pada Biro Perjalanan Umrah PT Sangkan Hurip Bersama Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan non probability sampling, dengan cara *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Sebelum dilakukan analisis, data ordinal diubah menjadi skala interval dengan *Method of Successive Interval* (MSI). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,871, yang berarti 87,1% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Secara parsial, harga berpengaruh sebesar 31,3%, kualitas pelayanan sebesar 28,3%, dan *physical evidence* sebesar 27,5%, yang merupakan variabel dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, *Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The travel industry in Indonesia has been rapidly developing from year to year. Indonesia has great potential in the tourism sector. As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia receives a larger quota of Umrah pilgrims compared to other countries. The majority of Indonesians adhere to Islam, and over the years, there has been a visible increase in the enthusiasm of the community to perform Umrah. This is understandable considering that Umrah is not only a religious socio-cultural practice but has also become a long-standing tradition among Indonesian society, thus requiring professional management in its implementation. This study aims to determine the influence of Price, Service Quality, and Physical Evidence on Consumer Satisfaction at the Umrah Travel Bureau PT Sangkan Hurip Bersama in Cirebon Regency. The research employs descriptive and verification methods. The sampling technique used is non-probability sampling through accidental sampling. The data analysis includes multiple linear regression, multiple correlation analysis, and the coefficient of determination. Before conducting the analysis, ordinal data were converted into interval scale using the Method of Successive Interval (MSI). The results show that price, service quality, and physical evidence simultaneously contribute to consumer satisfaction with a coefficient of determination (R^2) of 0.871, meaning that 87.1% of the variation in consumer satisfaction is explained by these three variables. Partially, price contributes 31.3%, service quality 28.3%, and physical evidence 27.5%, which is the dominant variable influencing consumer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Physical Evidence and Consumer Satisfaction