

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KEBIJAKAN HARGA  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN JAMAAH UMRAH  
(STUDI PADA PT. ARIPRAS TUNGGAL PUTRA GROUP)**

**SKRIPSI**



**OLEH :  
ANDRE AGUNG PRAYOGA  
NPM. 20610054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2024**



**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KEBIJAKAN HARGA  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN JAMA'AH UMRAH  
(STUDI PADA PT. ARIPRAS TUNGGAL PUTRA GROUP)**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen**

**OLEH :  
ANDRE AGUNG PRAYOGA  
NPM. 20610054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KEBIJAKAN HARGA  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN JAMAAH UMRAH  
(STUDI PADA PT. ARIPRAS TUNGGAL PUTRA GROUP)**

**ANDRE AGUNG PRAYOGA**

**NPM. 20610054**

Telah di setujui oleh :

**Dosen Pembimbing I**



**Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.**

**NIDN. 0004126401**

**Dosen Pembimbing II**




**Nani Septiana, S.E., M.M.**

**NIDN. 0220098901**

**Mengetahui :**

**Kaprodi S1 Manajemen**



**Nani Septiana, S.E., M.M.**

**NIDN. 0220098901**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KEBIJAKAN HARGA  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN JAMAAH UMRAH  
(STUDI PADA PT. ARIPRAS TUNGGAL PUTRA GROUP)

ANDRE AGUNG PRAYOGA

NPM. 20610054


Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 11 Juli 2024

Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM Metro


Tim Penguji

  
Dr. Bambang Suhada, S.E.,M.Si.  
NIDN. 0004126401

Ketua Penguji


  
Nani Septiana, S.E.,M.M.  
NIDN. 0220098901

Sekretaris

  
Dr. Yateno, S.E.,M.M.  
NIDN. 0225046502

Penguji Utama

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bjsnis

  
H. Suwarto, S.E.,M.M.  
NIDN. 0210036801



## HALAMAN MOTTO

“Jangan putus asa jika otak tumpul dan akal kurang cerdas. Karena kadang seseorang yang tumpul otak tapi tidak putus asa, lebih berhasil daripada seorang yang cerdas tetapi pemalas..”

(Buya Hamka)

“Apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain (berikutnya). Jika semua sudah selesai, maka berharaplah kepada Tuhanmu.”

(As-Syahr: 7-8)

“Tidak masalah seberapa lambat kau berjalan asalkan kau tidak berhenti, Ubah hidupmu hari ini. bertindaklah sekarang tanpa menunda.”

(Andre Agung Prayoga)

## ABSTRAK

Andre Agung Prayoga. 2024 "Pengaruh Strategi Promosi Dan Kebijakan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada Pt. Aripas Tunggal Putra Group)." Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Perusahaan berupaya melakukan promosi terus menerus melalui media sosial dan menawarkan harga dengan paket umrah murah dengan harapan memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan meningkatkan kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui apakah strategi promosi berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah. Untuk mengetahui apakah kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah. Untuk mengetahui apakah strategi promosi dan kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang ada PT. Aripas Tunggal Putra Group yang berjumlah 55 orang. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Dan analisis data menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, Analisis Regresi Berganda, Uji T, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dengan menggunakan program (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi promosi terhadap kepuasan jamaah umrah. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah. Terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi promosi dan kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah.

**Kata Kunci** : strategi promosi, kebijakan harga, dan kepuasan jamaah umrah.

## ABSTRACT

Andre Agung Prayoga. 2024 "The Influence of Promotional Strategies and Price Policies on the Level of Satisfaction of Umrah Pilgrims (Study at Pt. Aripas Tunggal Putra Group)." Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Sc. Supervisor (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

The company strives to carry out continuous promotions through social media and offers cheap prices for Umrah packages in the hope of getting more customers and increasing pilgrim satisfaction. Congregation satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the performance (results) of the product in mind against the expected performance (or results). Consumer satisfaction with a service company is defined as a situation where consumer expectations for a service are in accordance with the reality received about the services provided to consumers. This research aims to find out whether promotional strategies have an effect on the satisfaction of Umrah pilgrims. To find out whether the price policy affects the satisfaction of Umrah pilgrims. To find out whether promotional strategies and pricing policies affect the satisfaction of Umrah pilgrims. The sample for this research was 55 consumers of PT. Aripas Tunggal Putra Group. Data collection uses observation, interviews, documentation and questionnaires. And data analysis uses validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test, multiple regression analysis, T test, F test, and coefficient of determination test (R<sup>2</sup>) using the program (SPSS). The research results show that there is a positive and significant influence of promotional strategies on the satisfaction of Umrah pilgrims. There is a positive and significant influence of pricing policy on the satisfaction of Umrah pilgrims. There is a positive and significant influence of promotional strategies and pricing policies on the satisfaction of Umrah pilgrims.

**Keywords:** promotional strategy, price policy, and satisfaction of Umrah pilgrims



## **RINGKASAN**

Kepuasan jamaah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan jamaah terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui apakah strategi promos berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah. Untuk mengetahui apakah kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah. Untuk mengetahui apakah strategi promosi dan kebijakan harga Terhadap kepuasan jamaah umrah. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang ada pada PT. Aripas Tunggal Putra Group yang berjumlah 55 orang.

Pada penelitian ini menggunakan strategi promosi dan kebijakan harga sebagai variabel bebas, dan kepuasan jamaah umrah sebagai variabel terikat. Setelah dilakukan analisa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Promosi dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Yang paling berharga dan kucintai kedua orang tuaku Ayah Jimin Santoso dan Ibu Supiyati serta mamah Aat Ratnasari Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah, bunda serta mamah yang telah memberikan kasih sayang, pengertian dan dukungan penuh kepadaku sehingga dapat menyulut api semangat yang sering kali ingin redup. Tiada kata yang dapat menggambarkan rasa terimakasih yang teramat besar ini. Semoga dengan ini akan menjadi Langkah awal untuk aku bisa menjadi kebanggaan Bapak dan Ibu.
2. Untuk kakaku tercinta Fitri Febriana Devy serta adiku jafa dan delle, Terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi, baik secara langsung dan tidak langsung. Walaupun jarang bertemu semoga apapun yang sedang kita lakukan bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga dan kedua orang tua kita.
3. Untuk kamu orang terspesial, Terimakasih sudah memberikan semangat dan selalu tidak bosan mengatakan "Semangat Skripsianya, Bismillah wisuda tahun ini!" walaupun hanya kalimat sederhana tetapi cukup memberikan energi yang sangat amat luar biasa sehingga dapat menyingkirka rasa malas dalam mengerjakan skripsi tepat waktu.
4. Terimakasih juga untuk sahabat sahabat terbaikku di kampus maupun di luar kampus Angga Wahyudi, M. Arif Ramadhani, Ahmad Jaka Surya Saputra, Ibnu Kusnaldi, Ghazi Fharhan, Wisnu Aji Pratama, Seftyan Dwi Putra, Sahrul Romadhon, Primadani Nugroho, Gilang Permadi, yang sudah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.
5. Alamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan proposal ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari Skripsi ini adalah: **Pengaruh Strategi Promosi Dan Kebijakan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Aripas Tunggal Putra Group)**. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Nani Septiana, S.E., M.M., Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I telah memberikan banyak ilmu, selalu memberi arahan dan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan dukungan yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro
6. Serta seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas- berkas selama perkuliahan.
7. Teristimewa untuk kedua orang tuaku, papa dan mama yang selalu memberiku nasihat, terus mengingatkanku akan hal-hal baik, motivasi serta do'a dan dukungannya
8. Kepada bestod family yang sudah memberikan dukungan yang tidak ada henti-hentinya kepada penulis
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dalam penyusunan skripsi.

Demikian penghantar skripsi ini dibuat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

Metro. Mei 2024



**Andre Agung Prayoga**

**NPM. 20610054**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Andre Agung Prayoga

Npm : 20610054

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi Dan Kebijakan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Pada PT. Aripas Tunggal Putra Group)”** benar hasil karya saya, bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh pihak universitas. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.



## UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

NOMOR. 0784/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : Andre Agung Prayoga  
**NPM** : 20610054  
**JENIS DOKUMEN** : Skripsi

**JUDUL** : Pengaruh strategi promosi dan kebijakan harga terhadap tingkat kepuasan jamaah umrah (Studi pada PT. Aipras Tunggal Putra Group)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 05 Agustus 2024  
Kepala Unit,

*[Signature]*  
Dr. Nego Linuhung, M.Pd.  
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK).....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
A. Kajian Literatur.....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Strategi Promosi.....	13
3. Kebijakan Harga.....	15
4. Kepuasan Jamaah .....	17
B. Penelitian Relevan .....	20
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

A. Desain Penelitian .....	25
B. Objek dan Lokasi Penelitian .....	25
C. Populasi dan Sampel .....	25
D. Definisi operasional variabel .....	26
2. Pengujian Persyaratan Analisis .....	31
3. Pengujian Persamaan .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	36
1. Sejarah Perusahaan .....	36
2. Struktur Perusahaan .....	36
B. Hasil Penelitian .....	40
1. Pengujian Persyaratan Instrumen .....	40
C. Distribusi Frekuensi Data .....	44
1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
2. Deskripsi Data Hasil Kuesioner .....	46
3. Pengujian Persyaratan Analisis .....	51
4. Pengujian Persamaan .....	54
5. Pengujian Hipotesis .....	55
D. Pembahasan .....	58
1. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Jamaah .....	58
2. Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah .....	59
3. Pengaruh Strategi Promosi Dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR LITERATUR</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Pelanggan Jemaah Umrah Tahun 2022-2023.....	5
Tabel 2. Penelitian relevan .....	18
Tabel 3. Kusioner.....	25
Tabel 4. Penelitian Skala Linkert.....	27
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Strategi Promosi (X1) .....	38
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Kebijakan Harga (X2) .....	39
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Kepuasan Jemaah (Y) .....	40
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas variable Strategi Promosi (X1) .....	41
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas variable Kebijakan Harga (X2) .....	41
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas variable Kepuasan Jemaah (Y) .....	42
Tabel 11. Jenis Kelamin.....	42
Tabel 12. Karakteristik Menurut Usia.....	42
Tabel 13. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	42
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Data Strategi Promosi .....	45
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Data Kebijakan Harga .....	46
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Jemaah.....	48
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 18. Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y.....	50
Tabel 19. Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y.....	51
Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas X1 terhadap Y .....	51
Tabel 21. Hasil Uji Homogenitas X2 terhadap Y .....	52
Tabel 22. Uji Persamaan Regresi Berganda.....	54
Tabel 23. Uji T .....	55
Tabel 24. Uji F .....	56
Tabel 25. Hasil Uji R2 Koefisien Determinasi.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Sumber GASTAT .....	1
Gambar 2. Diagram jamaah umrah tahun 2022 – 2023 .....	6
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4. Struktur Organisasi PT. Aripas Tunggal Putra Group.....	37
Gambar 5. Histogram Variabel Strategi Promosi.....	47
Gambar 6. Histogram Variabel Kebijakan Harga.....	49
Gambar 7. Histogram Variabel Kepuasan Jamaah .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	66
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian .....	73
Lampiran 3. Lanjutan Hasil Kuesioner Penelitian .....	77
Lampiran 4. Uji Reliabilitas .....	79
Lampiran 5. Tabel Hasil Skor Kuesioner Penelitian .....	80
Lampiran 6. Uji Normalitas .....	81
Lampiran 7. Uji Linearitas .....	81
Lampiran 8. Uji Homogenitas .....	82
Lampiran 9. Analisis Regresi Berganda .....	83
Lampiran 10. Uji T .....	83
Lampiran 11. Uji F .....	83
Lampiran 12. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	83
Lampiran 13. R Tabel .....	84
Lampiran 14. T Tabel .....	86
Lampiran 15. F Tabel .....	88
Lampiran 16. Dokumentasi .....	92