

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 (R²) 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.