

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Konsumen, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung”, ini ditulis oleh Mochamad Fatoni Aziz, NIM. 1742143171, dan pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

Semakin menjamurnya bisnis travel umroh di Indonesia bahkan di Tulungagung, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing. Semakin banyak pesaing, semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih suatu produk sesuai dengan keinginannya. Akibatnya adalah konsumen akan menjadi lebih pandai dalam memilah-milah dalam menggunakan setiap produk. Dengan demikian, PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung dapat meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan, serta mengubah persepsi konsumen dan sikap konsumen dengan peningkatan yang dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini mengangkat masalah promosi, kualitas pelayanan, persepsi konsumen, sikap konsumen, dan keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, (3) untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, (4) untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, dan (5) untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, persepsi konsumen dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada travel umroh dan haji plus PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Sampling Insidental*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 jamaah umroh PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung yang akan melakukan ibadah umroh. Selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa secara parsial, variabel promosi, kualitas pelayanan, persepsi konsumen, dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada travel umroh dan haji plus PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung. Secara simultan, variabel promosi, kualitas pelayanan, persepsi konsumen, dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada travel umroh dan haji plus PT. Arofah Mina Kantor Cabang Tulungagung.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Konsumen, Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian Konsumen

## ABSTRACT

The thesis with title “The Influence Of Promotion, Service Quality, Consumer Perceptions, And Consumer Attitude On Consumer Purchasing Decisions On Travel Umroh And Hajj Plus PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung”, it was written by Mochamad Fatoni Aziz, NIM. 1742143171, and advisor by Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

More the growing of business travel umroh in Indonesia even Tulungagung, the companies must be can determine of the right marketing strategy for compete with other companies. More competitors, more choices for consumers to can choice a products according to his wishes. It effects is the consumers will be more smart in sorting and using every products was launched by the company. Therefore, PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung can improve the promotion and service quality used, and change consumers perceptions and consumers attitude with make improvements. Therefore, this research use problem promotion, service quality, consumer perception, consumer attitude and pruchasing decisions.

The purpose of this research is (1) to know the influence of promotion on consumer purchasing decisions, (2) to know the influence of service quality on consumer purchasing decisions, (3) to know the influence of consumer perceptions on consumer purchasing decisions, (4) to know the influence of consumer attitude on consumer purchasing decisions, (5) to know the influence of promotion, service quality, consumer perceptions, and consumer attitude on consumer purchasing decisions at travel umroh and hajj plus PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung.

Techniques used in sampling on this research is Sampling Insidental. The amount of sample used in this research as much 40 respondents is umrah pilgrims PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung a will do umrah worship. At next, the questionnaire was analyzed by using multiple linear regression analysis a function to prove research hypothesis. Data analysis used in the research is a validity test, reliability test, classic assumption test, hypothesis test and coffecients of determination.

The result of this research is that partially, promotion, service quality, consumer perceptions, and consumer attitude variables have an influence a value positif and significant on consumer purchasing decisions on travel umroh and hajj plus PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung. And simultaneously, promotion, service quality, consumer perceptions, and consumer attitude variables have an influence a value positif and significant on consumer purchasing decisions on travel umroh and hajj plus PT. Arofah Mina Branch Office Tulungagung.

Key word : Promotion, Service Quality, Consumer Perseption, Consumer Attitude, and Consumer Purchasing Decisions