

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian paket umrah di Smarts Umrah Palembang. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner/angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan adanya kualitas pelayanan dan harga mampu memberikan manfaat kepada calon jamaah umrah sebelum membeli paket umrah, berikut hasil olah data dengan program SPSS versi 25 yang memperoleh: 1) Nilai t_{hitung} sebesar $-0,935$ yang artinya $t_{hitung} -0,935 < t_{tabel} 1,291$ dan nilai signifikan yaitu $0,352 > 0,05$, dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umrah di Smart Umrah Palembang. 2) Nilai $t_{hitung} 0,265$ yang artinya $t_{hitung} 0,265 < t_{tabel} 1,291$ dan nilai signifikan yaitu $0,792 > 0,05$, dengan demikian disimpulkan bahwa harga dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umrah di Smart Umrah Palembang. 3) Nilai simultan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 45,691 > F_{tabel} 3,10$, dengan demikian disimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga dalam penelitian ini terhadap keputusan pembelian paket umrah di Smart Umrah Palembang, hal ini juga besarnya koefisien determinasi R^2 sebesar $0,617$ (61,7%) maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 61,7% dan sisanya 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti. Saran bagi peneliti selanjutnya agar menambah jumlah responden karena semakin banyak responden yang akan diteliti maka semakin besar hasil kevalidan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian*