

## Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Sultan Trip Holidays

Muhammad Rafiq, Asyari

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

KEYWORD:

Kualitas Pelayanan; Minat  
Jamaah Umrah; Strategi  
Pelayanan; Sultan Trip

DOI:

[10.32764/bep.v4i1.1759](https://doi.org/10.32764/bep.v4i1.1759)



This Journal is licensed under  
a [Creative Commons Attribution  
ShareAlike 4.0 Inter-  
national License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

### ABSTRAK

Persaingan industri perjalanan ibadah umrah menuntut setiap penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan minat jamaah. Penelitian terdahulu umumnya membahas kualitas pelayanan secara umum, namun belum banyak yang mengkaji strategi peningkatan layanan berbasis pendekatan personal dan pemanfaatan teknologi pada biro perjalanan umrah lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat jamaah umrah pada Sultan Trip Holidays Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan minat jamaah dipengaruhi oleh beberapa strategi utama, yaitu perekrutan SDM yang profesional dan responsif, pelatihan staf secara berkelanjutan, pelayanan berbasis empati, penyediaan informasi digital yang mudah diakses, serta penyediaan fasilitas perjalanan yang nyaman. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi pelayanan personal dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor pembeda yang mampu meningkatkan kepercayaan dan minat jamaah terhadap Sultan Trip Holidays.

### ABSTRACT

The increasing competition in the Umrah travel industry requires service providers to continuously improve service quality in order to maintain pilgrims' interest. Previous studies generally discuss service quality in a broad context, while limited research specifically examines personalized service strategies and technology-based services in local Umrah travel agencies. This study aims to analyze efforts to improve service quality in increasing the interest of Umrah pilgrims at Sultan Trip Holidays Bukittinggi. This research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that pilgrims' interest is influenced by several main strategies, including the recruitment of professional and responsive human resources, continuous staff training, empathy-based services, accessible digital information services, and the provision of comfortable travel facilities. The study highlights that the combination of personalized services and the utilization of technology serves as a distinguishing factor that strengthens pilgrims' trust and interest in Sultan Trip Holidays.

### How to Cite:

Rafiq, M. & Asyari. (2026) Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Sultan Trip Holidays. *Business and Economic Publication*, 4 (1), 88-96.

## PENDAHULUAN

Eskalasi Islam merupakan agama dakwah yang mengajarkan umatnya untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada seluruh manusia (Efendi, 2025). Sebagai agama *rahmatan lil alamin*, Islam mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk pelaksanaan ibadah haji dan umrah sebagai bentuk pengabdian spiritual umat Muslim. Dalam pelaksanaannya, keberadaan biro perjalanan haji dan umrah memiliki peran penting dalam membantu jamaah menjalankan ibadah secara aman, nyaman, dan sesuai syariat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan dan kepercayaan jamaah terhadap penyedia jasa perjalanan ibadah.

Di Indonesia, permintaan terhadap layanan perjalanan haji dan umrah terus mengalami peningkatan seiring besarnya jumlah penduduk Muslim dan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk beribadah ke Tanah Suci (Efendi, 2022). Kondisi tersebut mendorong pertumbuhan biro perjalanan umrah yang semakin kompetitif. Persaingan antar-travel umrah tidak hanya terletak pada harga paket perjalanan, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada jamaah. Pelayanan yang baik mencakup kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas, fasilitas yang memadai, pelayanan yang cepat dan responsif, serta kemampuan membangun rasa aman dan nyaman selama perjalanan ibadah.

Kualitas pelayanan dalam industri perjalanan umrah menjadi sangat penting karena berkaitan langsung dengan kepercayaan jamaah. Menurut Kasmir (2005), pelayanan yang baik dapat dilihat dari profesionalisme pegawai, kemampuan komunikasi, ketepatan pelayanan, serta tanggung jawab terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam konteks ibadah umrah, pelayanan tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mencakup pendampingan spiritual dan kenyamanan jamaah selama menjalankan ibadah. Oleh sebab itu, perusahaan travel dituntut mampu memberikan pelayanan yang maksimal agar dapat mempertahankan loyalitas dan minat jamaah.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan pada biro perjalanan umrah sebenarnya telah banyak dilakukan. Misalnya, penelitian Nurasyiah (2023) membahas strategi peningkatan pelayanan terhadap jamaah haji dan umrah secara umum, sedangkan Putra dan Herianingrum (2014) meneliti pengaruh kualitas jasa Islami terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada kepuasan pelanggan secara umum dan belum banyak mengkaji strategi peningkatan kualitas pelayanan berbasis pendekatan personal dan pemanfaatan teknologi pada travel umrah lokal yang sedang berkembang. Selain itu, masih sedikit penelitian yang secara spesifik menyoroti bagaimana upaya peningkatan kualitas pelayanan

dilakukan untuk meningkatkan minat jamaah di tengah persaingan travel umrah di daerah.

Sultan Trip Holidays Bukittinggi merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang berkembang di Kota Bukittinggi dan menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan munculnya berbagai travel umrah baru. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pimpinan Sultan Trip Holidays, ditemukan beberapa fenomena yang menjadi tantangan perusahaan, seperti meningkatnya jumlah kompetitor travel umrah di Bukittinggi, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), serta tingginya tuntutan jamaah terhadap pelayanan yang cepat, nyaman, dan transparan. Keterbatasan jumlah pegawai menyebabkan staf harus menangani berbagai pekerjaan sekaligus, mulai dari administrasi, pengurusan dokumen, hingga pelayanan langsung kepada jamaah. Kondisi ini berpotensi memengaruhi efektivitas pelayanan dan kepuasan jamaah apabila tidak diimbangi dengan strategi peningkatan kualitas layanan yang tepat.

Di sisi lain, Sultan Trip Holidays memiliki beberapa strategi pelayanan yang menjadi pembeda dibandingkan travel lain, seperti pelaksanaan manasik di ruang VIP hotel, pendampingan intensif kepada jamaah, penggunaan media digital dalam penyebaran informasi, serta penerapan konsep pelayanan yang berfokus pada pendampingan dan pembimbingan jamaah. Strategi tersebut menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya upaya perusahaan dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan minat jamaah di tengah persaingan industri umrah yang semakin kompetitif. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Sultan Trip Holidays dalam meningkatkan minat jamaah umrah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terkait pengembangan kajian kualitas pelayanan pada biro perjalanan umrah, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada jamaah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui penggambaran data dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan dari subjek yang diteliti (Moleong, 2017). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada upaya peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat jamaah umrah, sehingga memerlukan pemahaman yang komprehensif terhadap pengalaman, persepsi, serta interaksi antara pihak penyedia jasa dan jamaah.

Penelitian ini dilaksanakan di Sultan Trip Holidays Bukittinggi, yang dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu penyedia layanan perjalanan umrah yang sedang berkembang dan menghadapi dinamika persaingan yang cukup ketat di industri jasa perjalanan ibadah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Efendi, 2026). Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi terkait kualitas pelayanan serta minat jamaah, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, arsip, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada jamaah; wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan kepada pimpinan, staf, dan jamaah guna memperoleh informasi yang komprehensif; serta dokumentasi berupa pengumpulan data tertulis seperti profil perusahaan, brosur, dan dokumen pendukung lainnya (Creswell, 2016).

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan objek penelitian (Efendi, 2025). Informan penelitian terdiri atas 1 orang pimpinan perusahaan, 3 orang staf pelayanan, dan 5 orang jamaah umrah Sultan Trip Holidays. Adapun kriteria jamaah yang dipilih sebagai informan adalah jamaah yang telah mengikuti perjalanan umrah melalui Sultan Trip Holidays minimal satu kali, bersedia memberikan informasi secara terbuka, serta memahami proses pelayanan yang diberikan perusahaan sejak pendaftaran hingga pelaksanaan ibadah umrah. Pemilihan informan tersebut dilakukan untuk memperoleh data yang mendalam dan mendukung validitas triangulasi sumber dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles & Huberman, 2014). Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan proses pemilahan, penyederhanaan, dan pengelompokan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan tema penelitian, seperti kualitas pelayanan, kendala pelayanan, dan strategi peningkatan minat jamaah. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar hubungan antar data lebih mudah dipahami. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berulang untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh di lapangan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga data yang dihasilkan lebih kredibel and dapat dipertanggungjawabkan (Efendi, 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Kualitas Pelayanan Sultan Trip Holidays

##### *Tangible* (Bukti Fisik)

Sultan Trip Holidays memiliki fokus pada aspek bukti fisik (*tangible*) untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi jamaah. Kualitas fasilitas fisik dan penampilan staf yang baik di Sultan Trip Holidays mampu menghadirkan pengalaman perjalanan yang positif, meningkatkan kepuasan jamaah, dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

##### *Reliability* (Keandalan)

Kualitas keandalan pelayanan Sultan Trip Holidays dapat dinilai dari beberapa indikator, yakni, pelayanan dalam penyelesaian administrasi: Proses pendaftaran jamaah dilakukan secara cermat untuk memastikan seluruh persyaratan terpenuhi, sedangkan pengurusan pembayaran dilakukan secara transparan. Dengan demikian, jamaah merasa aman dan yakin bahwa dana yang mereka keluarkan digunakan sesuai dengan rencana perjalanan ibadah mereka.

Kemudian, dalam menyampaikan informasi kepada jamaah, Sultan Trip Holidays membentuk grup WhatsApp yang terdiri dari pembimbing dan tim khusus agar jamaah tidak tertinggal informasi seputar umrah. Selain melalui WhatsApp, informasi juga disebarluaskan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Informasi yang diberikan mencakup proses registrasi, bimbingan manasik, pelaksanaan ibadah, agenda tambahan (seperti tur edukasi ke Turki), hingga kepulangan ke Tanah Air.

Indikator selanjutnya adalah pelayanan dan bimbingan yang santun. Dalam melakukan pendampingan, Sultan Trip Holidays memberikan pelayanan yang beradab, tulus, dan cekatan. Hal ini terlihat pada saat pelaksanaan edukasi manasik dengan mendatangkan *ustadz* yang telah berpengalaman dalam membimbing ibadah umrah. Calon jamaah tidak perlu khawatir karena pelayanan diberikan semaksimal mungkin guna mencapai kekhusyukan dan kelancaran ibadah. Untuk mengantisipasi kurangnya wawasan beberapa jamaah, pihak travel juga mengadakan simulasi ibadah, mulai dari tata cara mengenakan pakaian ihram hingga tahap *tahallul*.

Terakhir yang menjadi indikator di Sultan Trip adalah penyelenggaraan umrah sesuai program. Secara umum, jamaah merasa puas dengan layanan yang diberikan. Penyelenggara mampu memenuhi seluruh kesepakatan layanan yang disampaikan di awal pendaftaran, termasuk fasilitas akomodasi dan layanan pendukung lainnya. Ketepatan waktu dalam keberangkatan, pelaksanaan ibadah, serta agenda kunjungan menunjukkan bahwa Sultan Trip Holidays memiliki keandalan yang tinggi dalam mengelola perjalanan umrah.

#### **Responsiveness (Daya Tanggap)**

Daya tanggap di Sultan Trip Holidays terlihat dari kesiapan karyawan dalam memberikan respons cepat terhadap pertanyaan maupun kebutuhan jamaah. Perusahaan secara teratur menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan, baik di kantor maupun di lapangan, untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam merespons situasi secara cepat dan tepat. Pelatihan ini mencakup pemahaman layanan, keterampilan komunikasi yang efektif, serta simulasi penanganan masalah yang mungkin dialami jamaah. Dengan adanya pelatihan ini, staf mampu memberikan solusi yang relevan sehingga jamaah merasa dihargai.

Selain itu, perusahaan memiliki metode sistematis untuk menangani keluhan. Tersedianya saluran komunikasi yang jelas, seperti grup WhatsApp, media sosial, dan petugas pendamping di lokasi, memudahkan jamaah menyampaikan kendala yang dialami. Setiap keluhan dicatat dan segera ditangani oleh tim bertugas dengan pendekatan yang empatik dan profesional. Respons yang cepat, terutama dalam situasi mendesak seperti perubahan jadwal penerbangan, sangat membantu mengurangi tingkat stres jamaah sehingga mereka dapat beribadah dengan lebih fokus dan tenang.

#### **Assurance (Jaminan dan Kepastian)**

Sultan Trip Holidays sangat memahami pentingnya dimensi ini dan menerapkan berbagai strategi untuk memberikan jaminan terbaik, di antaranya yakni, profesionalisme dan kompetensi staf. Keberadaan karyawan profesional dan tim yang ahli di bidang umrah membuat jamaah merasa aman dan percaya kepada Sultan Trip Holidays. Selanjutnya, transparansi dan konsistensi pelayanan. Kepercayaan jamaah dibangun melalui transparansi layanan. Perusahaan memastikan informasi terkait paket, jadwal, fasilitas, dan biaya disampaikan secara jelas sejak awal. Perusahaan juga menjamin bahwa seluruh kesepakatan layanan (akomodasi, transportasi, bimbingan) terpenuhi sesuai janji.

Kepercayaan jamaah sebagai pilar utama menjadi dimensi selanjutnya karena rasa aman dan nyaman jamaah didapatkan dari bimbingan ibadah yang

akurat serta pelayanan prima. Testimoni positif dari jamaah yang merasa puas dengan layanan ini tidak hanya mempertahankan jamaah lama, tetapi juga efektif menarik perhatian jamaah baru.

### ***Empathy (Empati)***

Sultan Trip Holidays sangat memperhatikan pendekatan empati. Mereka memastikan setiap jamaah merasa diperhatikan dengan memberikan pelayanan yang personal dan ramah. Perusahaan juga menunjukkan perhatian khusus kepada jamaah dengan kebutuhan khusus, seperti jamaah lanjut usia (lansia) atau penyandang disabilitas. Penyediaan fasilitas pendukung seperti kursi roda serta menu makanan yang dapat disesuaikan dengan kondisi jamaah membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya peduli pada kenyamanan fisik, tetapi juga kebutuhan emosional jamaah.

### **Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jamaah**

Untuk terus meningkatkan minat jamaah, Sultan Trip Holidays menerapkan berbagai langkah strategis yang komprehensif, mulai dari peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) hingga optimalisasi fasilitas. Langkah awal difokuskan pada proses rekrutmen yang ketat, termasuk melalui simulasi layanan, guna mendapatkan staf yang terampil, ramah, dan tanggap. Setelah itu, perusahaan menyelenggarakan pelatihan terencana untuk mengasah kemampuan komunikasi karyawan, memperdalam pemahaman prosedur perjalanan umrah, serta melatih kesiapan dalam mengatasi situasi darurat. Dalam praktiknya di lapangan, staf diinstruksikan untuk memberikan perhatian personal yang penuh belas kasih dan empati, bersikap proaktif dalam menawarkan bantuan, serta rutin mengingatkan calon jamaah mengenai jadwal manasik dan keberangkatan.

Selain pendekatan personal, Sultan Trip Holidays juga mengoptimalkan sarana komunikasi dan teknologi digital. Penyebaran informasi yang akurat dan *up-to-date* digencarkan melalui media sosial, situs web, serta media cetak seperti brosur dan spanduk. Hal ini didukung oleh penyediaan layanan pelanggan yang sangat mudah diakses dan responsif melalui WhatsApp dan *platform* lainnya, memungkinkan jamaah mendapatkan jawaban teknis secara *real-time*. Di sisi operasional, perusahaan memanfaatkan teknologi sistem manajemen terintegrasi untuk melacak data keberangkatan, akomodasi, dan transportasi, yang sangat efektif dalam minimalisasi *human error* (kesalahan manusia). Sebagai muara dari seluruh pelayanan, kenyamanan dan kepuasan jamaah dijaga melalui penyediaan fasilitas yang memadai, seperti pemilihan hotel yang berdekatan dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, penyediaan armada bus

yang prima dan aman, serta sajian konsumsi higienis yang disesuaikan dengan selera jamaah Nusantara.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Sultan Trip Holidays Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat jamaah umrah. Strategi yang dilakukan perusahaan meliputi perekrutan SDM yang profesional, ramah, dan responsif; pelatihan staf secara berkelanjutan; pemberian perhatian dan empati kepada jamaah; penyebaran informasi melalui berbagai media; penyediaan layanan informasi yang mudah diakses; pemanfaatan teknologi dalam pelayanan; serta penyediaan fasilitas perjalanan yang nyaman dan memadai. Berbagai upaya tersebut mampu membangun rasa aman, nyaman, dan kepercayaan jamaah terhadap Sultan Trip Holidays di tengah persaingan biro perjalanan umrah yang semakin ketat.

Secara manajerial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan travel umrah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan yang tidak hanya berfokus pada aspek administratif, tetapi juga pada pendekatan personal dan pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan jamaah. Peningkatan kompetensi SDM, responsivitas pelayanan, dan transparansi informasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas dan minat jamaah. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan evaluasi pelayanan secara berkala agar mampu menyesuaikan kebutuhan jamaah yang terus berkembang.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai kualitas pelayanan pada industri jasa perjalanan umrah, khususnya terkait hubungan antara pelayanan berbasis empati, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan minat jamaah. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam jasa perjalanan ibadah tidak hanya dipengaruhi oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh pengalaman emosional dan kepercayaan jamaah terhadap penyedia layanan. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas perilaku konsumen jasa pada sektor perjalanan ibadah dan pariwisata halal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, D., et al. (2008). *Pemasaran strategik*. ANDI.
- Al-Habsi, B., & Muhammad. (1999). *Fikih efisien*. Libra.
- Arif, M. N. R. Al. (2010). *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.

- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Durianto, D., & Sugiarto. (2004). *Brand equity: Strategi memimpin pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Efendi, E. C., & Mansur, Y. (2022). Analisis strategi pemasaran produk deposito mudharabah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 3(1), 54–66.
- Efendi, E. C., Mustika, R., & Hadi, W. (2025). Analysis of the effectiveness of integration of halal tourism and creative economy in increasing local income in Padang City. *EDUTOURISM Journal of Tourism Research*, 7(2), 76–96.
- Hadinoto, S. R. (1998). *Psikologi umum*. Pustaka Setia.
- Jahja, Y. (2014). *Psikologi perkembangan*. Aswaja Pressindo.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah marketing*. Mizan.
- Kasmir. (2005). *Etika customer service*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Agama RI. (2020). *Pedoman manasik haji dan umrah*. Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah.
- Khairani, M. (2014). *Psikologi belajar*. Aswaja Pressindo.
- Madani, H. (2021). Pembinaan nilai-nilai kejujuran menurut Rasulullah SAW. *Jurnal Studi Agama*, 1(1), 145–156.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nurasyiah, S. (2023). Strategi peningkatan pelayanan terhadap jamaah haji dan umrah. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(2), 175–184.
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). Pengaruh kualitas jasa Islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(9), 622–630.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (edisi ke-13). Alfabeta.
- Sunardi, & Handayani, S. (2014). Kualitas pelayanan dalam Islam dan kepercayaan terhadap lembaga amal zakat. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 120–131.
- Trisya, M., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2021). Pengaruh etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Muslim. *Al-Hisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–15.