

Faktor-faktor yang memengaruhi customer retention pada konsumen agen perjalanan umrah = Factors that effecting customer retention on umrah travel agencies consumers

Pradithasari Dewi Saumi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474329&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak. Hal tersebut membuat Indonesia sebagai negara dengan jumlah penyumbang jemaah umrah terbesar. Berdasarkan data yang ditunjukkan Kementrian Agama dan Umrah Arab Saudi, jumlah jemaah umrah Indonesia terus meningkat dari tahun ketahun. Animo yang besar pada masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah mendorong pertumbuhan penyedia jasa perjalanan umrah dalam menawarkan paket-paket umrah. Namun, masih sedikit penelitian yang membahas mengenai agen perjalanan dan perilaku konsumen terhadap wisata religius, terutama dalam konteks ibadah umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara customer perceived value, satisfaction, company reputation, dan loyalty terhadap customer retention pada agen perjalanan umrah. Data yang terkumpul diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 247 responden masyarakat Indonesia yang melaksanakan umrah dalam 2 tahun terakhir dan menggunakan agen perjalanan umrah dalam perjalanannya. Analisis data yang dilakukan melalui analisis deskriptif dan Structural Equation Modeling SEM menggunakan partial least square dengan Smart PLS 2.0.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa customer perceived value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap satisfaction, loyalty, dan company reputation. Selain itu, company reputation juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap satisfaction dan loyalty. Hasil lainnya menunjukkan bahwa antara loyalty dan satisfaction, hanya loyalty yang memiliki pengaruh terhadap retention, sedangkan antara satisfaction dan retention tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

.....Indonesia is the country with the largest Moslem population. It makes Indonesia as one of the most countries with the largest number of umrah pilgrimage. Based on the data by Ministry of Religious Affairs and Umrah of Saudi Arabia, the number of Indonesian umrah pilgrimage have been increasing from year to year. The huge interest of Indonesian people to perform umrah encouraging the growth of umrah travel agencies for offering their umrah packages.

Nevertheless, there is still lack of research about travel agencies and consumer behavior towards religious tourism, especially on umrah pilgrimage. Data was obtained based on questionnaire of 247 Indonesian people whom had umrah pilgrimage in the last two years and used umrah travel agencies on their journey. Data was performed by descriptive analysis and Structural Equation Modeling SEM used partial least square with Smart PLS 2.0.

The results showed that there is a significant relationship between customer perceived value, satisfaction, company reputation, and loyalty. In addition, company reputation also has a significant relationship to loyalty and satisfaction. Other results showed that between loyalty and satisfaction, only loyalty that has a significant relationship to retention, meanwhile between satisfaction and retention have not significant relationship.