

## ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, tuntutan terhadap kualitas pelayanan dari agen perjalanan juga semakin tinggi. Namun, berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya, persaingan antar biro perjalanan, serta ekspektasi jamaah yang terus berkembang kerap menimbulkan permasalahan dalam memberikan layanan yang memuaskan. Penelitian mengenai kepuasan jamaah pada agen haji dan umrah menjadi sangat penting di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perjalanan ibadah yang berkualitas. Dalam konteks ini, kualitas layanan, kepercayaan (*trust*), dan pengalaman pelanggan (*customer experience*) merupakan faktor-faktor utama yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan jamaah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Umrah, Trust, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Jamaah Pada Agen Haji Dan Umrah Pt. Atiga Bersaudara Tour Bondowoso. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 83 responden dan menggunakan Teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* dengan bantuan kuesioner sebagai alat utama dalam mengumpulkan data responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan umrah dan *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah pada Agen Haji dan Umrah PT. Atiga Bersaudara Tour Bondowoso. Sedangkan *trust* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan jamaah dan hasil dari uji Koefisien Determinasi  $R^2$  dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,729 atau 72,9%.

Kata Kunci : kualitas layanan, *trust*, *customer experience*, kepuasan

## ABSTRACT

*As public interest in performing the Hajj and Umrah pilgrimages increases, so does the demand for quality service from travel agents. However, various obstacles such as limited resources, competition between travel agencies, and evolving pilgrim expectations often create challenges in providing satisfactory service. Research on the satisfaction of pilgrims at Hajj and Umrah agents is very important amidst the increasing public need for quality pilgrimage travel services. In this context, service quality, trust, and customer experience are the main factors that can influence the level of pilgrim satisfaction. This study aims to determine and analyze the Influence of Umrah Service Quality, Trust, and Customer Experience on Pilgrim Satisfaction at Hajj and Umrah Agents PT. Atiga Bersaudara Tour Bondowoso. This type of research uses a quantitative method with a sample size of 83 respondents and uses a Non-Probability Sampling sampling technique with an accidental sampling approach with the help of a questionnaire as the main tool in collecting respondent data. The data analysis technique for this study uses instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression, hypotheses and coefficients of determination. The results of the analysis obtained indicate that the quality of Umrah services and Customer Experience are effect significant to pilgrim satisfaction at Hajj and Umrah Agents PT. Atiga Bersaudara Tour Bondowoso. While trust does not significantly affect the satisfaction of the congregation and the results of the R2 Determination Coefficient test with a contribution level of influence of 0.729 or 72.9%.*

*Keywords: service quality, trust, customer experience, satisfaction*