

## ABSTRAK

Menghadapi persaingan ketat industri perjalanan ibadah umrah dan haji, loyalitas jamaah menjadi fokus strategis bagi biro perjalanan lokal untuk memastikan kelangsungan usaha di tengah fluktuasi kuota dan regulasi Kemenag. Faktor kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, serta retensi dinilai memainkan peran krusial dalam membentuk loyalitas tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan retensi pelanggan terhadap loyalitas jamaah, dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada PT Relasi Laksana Wisata Kabupaten Jember. Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan observasi, kuesioner, Penelitian kepustakaan. Populasi penelitian adalah jamaah pada PT Relasi Laksana Wisata, dan sampel diambil sebanyak 234 responden berdasarkan rumus *Slovin*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan retensi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jamaah, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan. Kualitas layanan *SERVQUAL* yang prima, kepercayaan terhadap integritas biro, serta strategi retensi *repeat purchase* terbukti menciptakan kepuasan tinggi yang diteruskan menjadi komitmen jangka panjang. Dengan demikian, kombinasi antara kualitas layanan, kepercayaan, retensi, dan kepuasan terbukti menjadi faktor utama dalam meningkatkan loyalitas jamaah PT Relasi Laksana Wisata Kabupaten Jember.

**Kata kunci:** kualitas layanan, kepercayaan, retensi pelanggan, kepuasan, loyalitas jamaah, umrah-haji

## ABSTRAK

*Facing intense competition in the umrah and hajj travel industry, pilgrim loyalty has become a strategic focus for local travel agencies to ensure business sustainability amid fluctuating quotas and Ministry of Religious Affairs (Kemenag) regulations. Factors such as service quality, customer trust, and retention are deemed crucial in shaping this loyalty. This study aims to analyze the influence of service quality, trust, and customer retention on pilgrim loyalty, with satisfaction as an intervening variable at PT Relasi Laksana Wisata in Jember Regency. This research employs a quantitative method with a descriptive approach, utilizing observation, questionnaires, and literature review. The research population consists of pilgrims from PT Relasi Laksana Wisata, with a sample of 234 respondents selected based on the Slovin formula. The collected data is analyzed using SEM-PLS to test direct and indirect relationships between variables. The results indicate that service quality, trust, and customer retention positively and significantly influence pilgrim loyalty, both directly and through the mediation of satisfaction. Prime SERVQUAL service quality, trust in the agency's integrity, and repeat purchase retention strategies provenly create high satisfaction that translates into long-term commitment. Thus, the combination of service quality, trust, retention, and satisfaction proves to be the primary factor in enhancing pilgrim loyalty at PT Relasi Laksana Wisata in Jember Regency.*

**Keywords:** *service quality, trust, customer retention, satisfaction, pilgrim loyalty, umrah-hajj*