

## ABSTRAK

**Rizky Febriansyah, 1001397 Pengaruh *Tour Leader Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* di PT. Maziya Rizki Alami. Di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gafar, SE.Ak., MBA**

Peningkatan jumlah jamaah haji dan umroh yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun menjadi latar belakang maraknya kemunculan biro perjalanan haji dan umroh. PT. Mazkiya Rizki Alami merupakan salah satu dari sekian banyak biro haji dan umroh tersebut. Persaingan yang ketat antar penyedia jasa pelayanan ibadah haji dan umroh menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh masing-masing biro jasa agar dapat memperoleh konsumen yang terus meningkat dan dapat mempertahankan konsumen untuk tetap bertahan membeli produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan *tour leader* terhadap minat beli ulang (*repurchase intention*) oleh konsumen PT. Maziya Rizki Alami. Variable yang diteliti meliputi dua hal yaitu *Tour Leader Service Quality* dan *Repurchase Intention*.

Teknik pengambilan sampel dalam dalam penelitian ini adalah Systematic Random Sampling. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan populasi 100 orang dan sample berjumlah 80 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tour Leader Service Quality* dan *Repurchase Intention* PT. Maziya Rizki Alami keduanya berada pada kategori tinggi. Hasil analisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana diperoleh hasil yang menunjukkan adanya pengaruh *Tour Leader Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* oleh konsumen PT. Maziya Rizki Alami sebesar 46% dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,670 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara dua variable yang diteliti.

Untuk menangani masalah yang dihadapi PT. Maziya Rizki Alami, sebaiknya ada peningkatan pelatihan untuk *Tour Leader* sehingga dapat menyampaikan pesan saat perjalanan dengan lebih menarik kepada seluruh jamaah dan mengadakan kegiatan pasca kepulangan umrah, sehingga konsumen/jamaah tetap memilih PT. Maziya Rizki Alami sebagai pilihan utama saat akan melaksanakan perjalanan umrah kembali.

Kata kunci : *Repurchase Intention, Tour Leader Service Quality*

## ABSTRACT

***Rizky Febriansyah, 1001397 The Influence of Tour Leader Service Quality toward Repurchase Intention at PT. Maziya Rizki Alami. Under Dr. Vanessa Gafar, SE.Ak., MBA's Supervision.***

*The number of hajj and umrah participants that has increased these years is the reasons why numerous hajj and umrah agents exist. PT. Mazkiya Rizki Alami is one of hajj and umrah agents. Strict competition between these agents became the challenge that should be faced to make people stay purchasing the offers.*

*This study aimed at knowing how far the influence of tour leader's service quality towards repurchase intention by consumer of PT. Maziya Rizki Alami. Variables that will be investigated are service quality and repurchase intention.*

*The technique of data collection in this study is systematic random sampling. This study employs descriptive and verificative method with 100 participants and 80 respondents as sample. The analysis technique that is used is simple linear regression.*

*The study showed that Tour Leader Service Quality and Repurchase Intention. PT. Maziya Rizki Alami both are categorized high. The analysis result using simple linier regresion gained showed the existence of effect of Tour Leader Service Quality toward Repurchase Intention by the consumers of PT. Maziya Rizki Alami, which is 46% with the number of correlation coefficient 0.670, showing the existence of strong corelation between two researched variables.*

*To overcome the problem faced by PT. Maziya Rizki Alami, there should be the increase of number training for Tour Leader, the could convey the message while having the tour interestingly to all congregation. There also should be follow-up activity after the arrival from umrah, thus the congregation keep choosing PT. Maziya Rizki Alami as the ain travel to have umrah tour again.*

*Keywords: Repurchase Intention, Tour Leader Service Quality*