

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMROH
(Studi Pada PT Safar Wisata Madina)**

**Oleh
M. IMRON ROSADI**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian paket umroh pada PT Safar Wisata Madina. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya persaingan industri perjalanan ibadah umroh yang menuntut perusahaan untuk mampu menyediakan produk yang beragam serta pelayanan yang berkualitas guna menarik minat calon jamaah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jamaah yang telah menggunakan layanan PT Safar Wisata Madina sebanyak 136 orang, dengan teknik sampling jenuh sehingga seluruh populasi dijadikan sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji parsial (t) dan simultan (F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian; serta (3) variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umroh pada PT Safar Wisata Madina. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variasi produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin baik variasi produk dan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin besar kecenderungan jamaah untuk memilih dan membeli paket umroh di PT Safar Wisata Madina.

Kata Kunci: Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Paket Umroh, PT Safar Wisata Madina

**THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR UMRAH PACKAGES**
(A Study at PT Safar Wisata Madina)

By
M. IMRON ROSADI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product variation and service quality on purchasing decisions for Umrah packages at PT Safar Wisata Madina. The background of this research is the growing competition in the Umrah travel industry, which requires companies to provide diverse products and high-quality services to attract prospective pilgrims. The research method used is a quantitative approach with a causal associative design. The population in this study consists of 136 pilgrims who have used the services of PT Safar Wisata Madina, with a saturated sampling technique where all members of the population were taken as respondents. Data were collected using questionnaires with a five-point Likert scale. The data analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and partial (t) and simultaneous (F) tests. The results of the study indicate that: (1) product variation influences purchasing decisions; (2) service quality influences purchasing decisions; and (3) product variation and service quality simultaneously influence purchasing decisions for Umrah packages at PT Safar Wisata Madina. The coefficient of determination (R^2) shows that product variation and service quality explain a substantial portion of the variation in purchasing decisions. Thus, the better the product variation and the higher the service quality provided, the greater the tendency of pilgrims to choose and purchase Umrah packages from PT Safar Wisata Madina.

Keywords: *Product Variation, Service Quality, Purchasing Decision, Umrah Package, PT Safar Wisata Madina*