

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah di Al-Bahjah Tour & Travel

Salman Al-Farisi¹, Yahya Zainul Maarif², Muhammad Saechu³

¹Cirebon/Ekonomi Syariah/Mahasiswa Ekonomi
Institut Al-Bahjah.

Email: salmanalfarisi@students.staialbahjah.ac.id

²Cirebon/ Hukum Islam/Dosen
Universitas Al-Ahqof.

Email: yahyazainulmaarif@students.staialbahjah.ac.id

³Cirebon/Magister Ekonomi/Dosen
Universitas Al-Ahqof.

Email: muhammadsaechu@students.staialbahjah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 15 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan jemaah umrah, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan jemaah umrah. Secara simultan, kualitas pelayanan dan religiusitas bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 73,5% variasi kepuasan jemaah dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel, sedangkan religiusitas tetap memberikan kontribusi positif secara simultan meskipun tidak signifikan secara parsial.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Kepuasan Jemaah Umrah.

Abstract

This study aims to examine the influence of service quality and religiosity on Umrah pilgrim satisfaction at Al-Bahjah Tour & Travel, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative approach with a sample of 15 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests, simultaneous tests, and coefficient of determination. The results show that service quality has a positive and significant partial effect on Umrah pilgrim satisfaction, while religiosity does not have a significant partial effect on Umrah pilgrim satisfaction. Simultaneously, service quality and religiosity together have a positive and significant effect on Umrah pilgrim satisfaction. The coefficient of determination indicates that 73.5% of the variation in pilgrim satisfaction can be explained by both variables, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study. In conclusion, service quality is the dominant factor influencing Umrah pilgrim satisfaction at Al-Bahjah Tour & Travel, while religiosity still contributes positively in a simultaneous context despite being insignificant partially.

Keywords: Service Quality, Religiosity, Umrah Pilgrim Satisfaction.

PENDAHULUAN

Ibadah umrah memiliki kedudukan penting dalam Islam dan sangat dianjurkan untuk dilaksanakan oleh umat Muslim. Dasar anjuran tersebut terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 196 yang

memerintahkan penyempurnaan ibadah haji dan umrah karena Allah SWT. Seiring berjalannya waktu, jumlah masyarakat Indonesia yang berminat melaksanakan umrah terus bertambah. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari panjangnya antrean keberangkatan haji. Berdasarkan data yang disampaikan (Syukur, 2023), hingga April 2023 jumlah calon jemaah haji yang terdaftar dalam daftar tunggu mencapai 5.284.317 orang dengan rata-rata waktu tunggu sekitar 24,4 tahun. Kondisi ini menjadikan umrah sebagai pilihan alternatif bagi masyarakat yang ingin segera beribadah ke tanah suci dan berdampak pada semakin tingginya persaingan antar biro perjalanan umrah.

Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap penyelenggara perjalanan umrah untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Azwar et al (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan diperlukan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan ibadah sekaligus memenuhi harapan jemaah. Pelayanan yang baik juga berperan dalam membangun loyalitas jemaah terhadap penyedia jasa perjalanan. Sementara itu, Jamilatunnisw (2024) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan jemaah umrah.

Di samping kualitas pelayanan, religiusitas juga diperkirakan memiliki hubungan dengan kepuasan jemaah. Dwi W (2022) menjelaskan bahwa religiusitas menunjukkan tingkat pengaruh agama dalam kehidupan seseorang, termasuk aspek keyakinan dan komitmen terhadap praktik keagamaan. Menurut Nurhuzaini (2023), religiusitas dapat membentuk cara berpikir dan penilaian individu terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan agama. Dengan demikian, tingkat religiusitas seseorang berpotensi memengaruhi kepuasan yang dirasakan selama menjalankan ibadah umrah.

Al-Bahjah Tour & Travel merupakan salah satu penyelenggara perjalanan umrah yang berada di bawah Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah Cirebon. Biro perjalanan ini memiliki ciri khas berupa pengintegrasian nilai-nilai dakwah dan pembinaan keagamaan ke dalam seluruh rangkaian layanan. Kegiatan manasik, pembinaan sebelum keberangkatan, serta pendampingan ibadah oleh pembimbing yang kompeten di bidang agama menjadi bagian dari upaya tersebut. Melalui konsep pelayanan yang diterapkan, Al-Bahjah Tour & Travel berusaha menghadirkan pengalaman ibadah yang nyaman sekaligus memberikan nilai spiritual bagi jemaah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan masukan dalam upaya peningkatan kepuasan jemaah, baik bagi Al-Bahjah Tour & Travel maupun penyelenggara perjalanan umrah lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel, mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kepuasan jemaah umrah, serta menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan jemaah. Adapun hipotesis yang diajukan adalah: (H1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah; (H2) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah; dan (H3) kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara empiris melalui analisis statistik. Pemilihan metode kuantitatif didasarkan pada kemampuannya dalam menghasilkan data yang objektif, terukur, dan sistematis. Penelitian dilaksanakan di Al-Bahjah Tour & Travel yang beralamat di Jl. Blok Gudang Air, RT.03/RW.01, Sendang, Kecamatan Sumber, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, selama periode April–Juni 2026.

Penelitian ini melibatkan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri atas kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan jemaah umrah (Y). Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat kemampuan Al-Bahjah Tour & Travel dalam

memberikan layanan yang sesuai dengan harapan jemaah, yang meliputi aspek bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati (Setyawati, 2023; Dian et al, 2023). Religiusitas merujuk pada tingkat komitmen individu dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam yang mencakup dimensi keyakinan, praktik ibadah, penghayatan, pengamalan, dan pengetahuan agama (Elpida et al., 2022; Saleh, 2022). Adapun kepuasan jemaah umrah diukur berdasarkan kesesuaian harapan, kepuasan secara keseluruhan, loyalitas, dan kesediaan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain (Kotler dalam Nadya et al., 2022; Awaludin, 2023).

Populasi penelitian berjumlah 100 jemaah yang pernah menggunakan layanan Al-Bahjah Tour & Travel pada periode 2021–2026. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 15 responden yang telah menyelesaikan ibadah umrah dan bersedia mengisi kuesioner. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5 yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi perusahaan.

Analisis data dilakukan melalui uji validitas menggunakan Pearson Product Moment, uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas Shapiro-Wilk, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas metode Glejser. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda dengan model $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$, yang dilengkapi dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1–5 yang disebarakan kepada 15 responden jemaah umrah dan dianalisis menggunakan software SPSS.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diketahui bahwa dari 15 responden, sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu 9 orang (60,0%) dan perempuan sebanyak 6 orang (40,0%). Ditinjau dari kelompok usia, responden terbanyak berada pada rentang usia 31–40 tahun sebanyak 8 orang (53,3%), diikuti kelompok usia di atas 40 tahun sebanyak 5 orang (33,3%), dan kelompok usia 21–30 tahun sebanyak 2 orang (13,3%). Berdasarkan tahun keberangkatan, mayoritas responden berangkat umrah pada tahun 2026 yaitu sebanyak 8 orang (53,3%), diikuti tahun 2024–2025 sebanyak 4 orang (26,7%), dan tahun 2022–2023 sebanyak 3 orang (20,0%).

Deskripsi Jawaban Responden

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 4,37 dengan indikator Jaminan sebagai nilai tertinggi (4,48) dan Ketanggapan sebagai nilai terendah (4,27). Variabel Religiusitas (X_2) memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 4,51 dengan indikator Keyakinan sebagai nilai tertinggi (4,64) dan Pengetahuan Ibadah sebagai nilai terendah (4,21). Variabel Kepuasan Jemaah (Y) memperoleh rata-rata sebesar 4,40 dengan indikator Kepuasan

Keseluruhan sebagai nilai tertinggi (4,50) dan Loyalitas Jemaah sebagai nilai terendah (4,29). Gambaran perbandingan nilai rata-rata antar indikator pada ketiga variabel disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rata-Rata Nilai Indikator Variabel Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Kepuasan Jemaah

Variabel	Rata-Rata
Kualitas Pelayanan	
bukti fisik	4,35
keandalan	4,38
ketanggapan	4,27
empat	4,37
jaminan	4,48
Religiusitas	
Keyakinan	4,64
praktik ibadah	4,54
pengalaman spiritual	4,57
pengamalan nilai islam	4,57
pengetahuan ibadah	4,21
Kepuasan Jemaah	
Kesesuaian Harapan	4,39
Kepuasan Keseluruhan	4,50
Loyalitas Jemaah	4,29
Rekomendasi	4,41

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid, dengan nilai R hitung seluruhnya lebih besar dari R tabel 0,514 ($n=15$, $df=13$, sig. 5%). Nilai R hitung terendah adalah 0,519 pada item R1 dan tertinggi 0,943 pada item KP15. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,987 untuk Kualitas Pelayanan, 0,951 untuk Religiusitas, dan 0,976 untuk Kepuasan Jemaah, seluruhnya jauh di atas batas minimum Rule of Thumb 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,526 > 0,05$, sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar $0,236 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $4,243 < 10$ pada kedua variabel independen, sehingga tidak terdapat multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,196 dan Religiusitas sebesar 0,133, keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, seluruh asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak digunakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,236 + 0,377X_1 + 0,113X_2 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 2,236 berarti kepuasan jemaah tetap bernilai positif meskipun kedua variabel independen bernilai nol. Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,377 dan koefisien Religiusitas sebesar 0,113 keduanya bertanda positif, yang berarti setiap peningkatan pada kedua variabel tersebut akan diikuti dengan peningkatan kepuasan jemaah. Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang lebih dominan pengaruhnya dibandingkan Religiusitas.

Pengujian Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Jemaah Umrah dengan nilai t hitung $2,516 > t$ tabel $2,179$ dan signifikansi $0,027 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Sebaliknya, variabel Religiusitas (X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai t hitung $0,322 < t$ tabel $2,179$ dan signifikansi $0,753 > 0,05$, sehingga H2 ditolak. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung $16,665 > F$ tabel $3,89$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, yang berarti Kualitas Pelayanan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jemaah Umrah, sehingga H3 diterima. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,735, yang berarti kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 73,5% variasi Kepuasan Jemaah Umrah, sedangkan 26,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Rangkuman hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian	Nilai	Kriteria	Keterangan
Uji t — Kualitas Pelayanan	$t=2,516$; sig.=0,027	$t>2,179$; sig.<0,05	H1 Diterima
Uji t — Religiusitas	$t=0,322$; sig.=0,753	$t<2,179$; sig.>0,05	H2 Ditolak
Uji F — Simultan	$F=16,665$; sig.=0,001	$F>3,89$; sig.<0,05	H3 Diterima
Koefisien Determinasi	$R^2=0,735$	—	73,5% dijelaskan X1 dan X2

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan jemaah. Kondisi tersebut terjadi karena pelayanan yang berkualitas mampu memenuhi harapan jemaah terkait kenyamanan, keandalan, responsivitas, dan pendampingan selama pelaksanaan ibadah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Jamilatunnisw (2024), Maharani et al. (2025), dan Saimona et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, Dian et al. (2023) dan Azwar et al. (2024) menjelaskan bahwa pelayanan yang baik dapat mendukung kelancaran ibadah sekaligus meningkatkan persepsi positif terhadap penyedia jasa.

Sementara itu, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah meskipun memiliki arah hubungan positif. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan jemaah lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima dibandingkan tingkat religiusitas pribadi. Tidak signifikannya pengaruh religiusitas diduga karena mayoritas responden memiliki tingkat religiusitas yang relatif tinggi dan homogen, sehingga variasinya tidak cukup besar untuk memengaruhi perbedaan

tingkat kepuasan. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek religiusitas lebih berperan sebagai karakteristik individu daripada faktor utama yang menentukan kepuasan terhadap layanan perjalanan umrah.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan jemaah, meskipun secara parsial religiusitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,735 mengindikasikan bahwa 73,5% variasi kepuasan jemaah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan religiusitas, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga paket, fasilitas, kepercayaan, dan pengalaman spiritual jemaah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Maharani et al. (2025) serta Gustari dan Angraini (2024) yang menegaskan bahwa kepuasan jemaah merupakan hasil interaksi berbagai faktor, baik yang berasal dari kualitas layanan maupun karakteristik individu.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di Al-Bahjah Tour & Travel, sehingga peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan jemaah. Sebaliknya, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah secara parsial, meskipun memiliki arah hubungan yang positif. Namun, secara simultan kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan jemaah serta mampu menjelaskan 73,5% variasi kepuasan jemaah. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan jemaah umrah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyelenggara perjalanan umrah untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan jemaah yang lebih tinggi, sekaligus memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jemaah dalam bidang manajemen jasa dan pariwisata religi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Al-Bahjah Tour & Travel disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek ketanggapan dalam memberikan informasi serta menangani pertanyaan dan keluhan jemaah. Selain itu, perusahaan perlu mempertahankan dan memperkuat program pembinaan keagamaan sebagai nilai tambah yang dapat membedakannya dari biro perjalanan umrah lainnya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan jemaah, seperti harga paket, fasilitas, kepercayaan, dan pengalaman pelanggan, serta melibatkan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian lebih representatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa perjalanan ibadah umrah.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, M. (2023). Penerapan Metode Servqual Pada Skala Likert Untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan. In *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma* (Vol. 10, Issue 1). <https://doi.org/10.35968/jsi.v10i1.990>
- Azwar et al. (2024). *Efektivitas Pelayanan Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah*.
- Dian dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 5(01), 32–42. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Dwi W. (2022). *ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS*

PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

- Elpida Yanti Harahap, Dr. H. Muhammad Zuhirsyah, Lc., MA., Dr. Muslim Marpaung, S.E., M. S. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT, TINGKAT PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, DAN KESADARAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT PERTANIAN. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Jamilatunnisw, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah. In *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra* (Vol. 3, Issue 1).
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Nurhuzaini, P. (2023). Pengaruh Etika Kerja Islam Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Syariah Dengan Pendidikan Sebagai Variabel Moderasi. In *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 7, Issue 1). <https://doi.org/10.70136/eliqtishod.v7i1.367>
- Saleh, A. R. (2022). Dimensi Keberagamaan dalam Pendidikan. *Jurnal Jendela Pendidikan*, 2(04), 580–590. <https://doi.org/10.57008/jjp.v2i04.327>
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. 19(1), 57–63.
- Syukur, A. (2023). PENGARUH PERSEPSI BIAYA PERJALANAN IBADAH HAJI (BIPIH) DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT HAJI MUDA DI KOTA TANGERANG SELATAN.