

## ABSTRAK

### ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN TRAVEL UMROH MENGGUNAKAN METODE AHP

SHAFIA AZYANI

10010216085

---

Setiap muslim tentu ingin melaksanakan ibadah haji sebagai penyempurna ibadah. Namun dengan banyaknya antusias umat Islam yang ingin pergi haji, maka diberlakukanlah daftar tunggu haji yang membutuhkan waktu yang lama. Dengan diterapkannya daftar tunggu haji, ibadah umroh dijadikan sebagai alternatif sehingga banyak diminati. Tingginya minat umroh, memicu persaingan antar travel umroh atau biro Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU). Maka dari itu, pihak travel harus menyusun strategi pemasaran yang menitikberatkan pada keputusan konsumen dalam memilih travel umroh. Penulis akan meneliti bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu travel umroh dan bagaimana analisis urutan prioritas faktor keputusan konsumen terhadap pemilihan travel umroh menggunakan metode AHP. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data ini diperoleh langsung dari responden dan data pustaka. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Berdasarkan data yang diperoleh, bahwa faktor yang memengaruhi keputusan konsumen terhadap pemilihan travel umroh adalah faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Lalu, hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan *software expert choice* diperoleh urutan prioritas faktor keputusan konsumen terhadap pemilihan travel umroh yang utama ialah faktor pribadi dengan bobot 0,368 kemudian faktor sosial dengan bobot 0,358 dan faktor budaya dengan bobot 0,274.

**Kata kunci : Umroh, Keputusan Konsumen, Metode AHP**

## ABSTRACT

### **ANALYSIS OF CONSUMER DECISION ON SELECTION OF UMROH TRAVEL USING AHP METHOD**

**SHAFIA AZYANI**  
**10010216085**

---

*Every Muslim would want to carry out the pilgrimage as a complement to worship. But with so many enthusiastic Muslims who want to go to Hajj, then a waiting list for Hajj was implemented which requires a long time. With the implementation of the pilgrimage waiting list, the pilgrimage is used as an alternative so it is in great demand. The high interest in Umrah, triggers competition between Umrah Travel or Umrah Travel Organizers (PPIU). Therefore, the travel party must develop a marketing strategy that focuses on consumer decisions in choosing Umrah travel. The author will examine how the factors that influence consumer decisions in choosing an Umrah travel and how the priority order analysis of consumer decision factors on the selection of Umrah travel using the AHP method. The research method used is qualitative. This data was obtained directly from respondents and library data. Data collection techniques using questionnaires, interviews and documentation. In analyzing the data, the writer uses the AHP (Analytical Hierarchy Process) method. Based on the data obtained, the factors that influence consumer decisions on the choice of travel Umrah are cultural factors, social factors and personal factors. Then, the results of data processing using expert choice software obtained priority order of consumer decision factors for the selection of the main travel umrah is a personal factor with a weight of 0.368 then a social factor with a weight of 0.358 and a cultural factor with a weight of 0.274.*

**Keywords:** *Umrah, Consumer Decisions, AHP Method*