

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH CALON JAMAAH UMRAH DI PT. BIMALYNDU HAJAR ASWAD KOTA
BUKITTINGGI**

¹Muhammad Ikram Suhardi,* Zuwardi²

1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek
Bukittinggi, misoph28@gmail.com

2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek
Bukittinggi, zuwardiyyzi@gmail.com

Abstract

This article discusses the influence of the marketing mix (marketing mix) on increasing the number of prospective Umrah pilgrims at PT. Bimalyndo Hajar Aswad, City of Bukittinggi, the main problem raised in this article is the lack of interaction between employees of the Umrah travel service provider, namely PT. Bimalyndo Hajar Aswad for prospective service users who have not used Umrah travel services and there is no increase in the number of prospective Umrah pilgrims using tour travel services. The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix on increasing the number of prospective Umrah pilgrims and to find out the efforts made by PT. Bimalyndo in increasing the number of prospective pilgrims. This research is a quantitative research, which can be interpreted as a method based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations or samples. The results showed that the multiple linear regression test obtained a constant value of 1.662, the regression coefficient on the Product variable was 0.201/20.1%, Promotion was 0.307/30.7%, Price was 0.351/35.1%, Place was 0.269/26.9%. Process 0.419/41.9%, Human 0.360/36%, and Physical Evidence 0.314/31.4%. This shows that if every 1% increase in the independent variable, it will affect the increase in Umrah Pilgrims Candidates by the value of the regression coefficient. For the test results the Coefficient of Determination (R^2) is 78.1%, there are still other variables that can influence the increase in the number of prospective Umrah pilgrims by 21.9%. This means that this research can still be developed and studied to completion in order to get the effect of the overall value on the Increase in the Number of Prospective Jama'ah. PT. Bimalyndo can analyze more deeply regarding opportunities and steps that must be taken to attract customers by using the marketing mix reference theory in the service sector so that his efforts to increase the number of Umrah pilgrims in his company can be achieved.

Keywords: Influence, Marketing Mix, Increasing Prospective Pilgrims Umrah

Abstrak

Postingan ini mangulas mengenai akibat bauran penjualan(markrting mix) kepada kenaikan jumlah calon jamaah umrah di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi, utama permasalahan yang dikemukakan dalam postingan ini merupakan Sedikitnya interaksi antara pegawai fasilitator pelayanan travel umrah ialah PT. Bimalyndo Gasak Aswad kepada calon konsumen pelayanan

yang belum memakai pelayanan travel umrah serta tidak adanya ekskalasi jumlah calon jamaah umrah yang memakai pelayanan tour travel. Tujuan dari riset ini merupakan mengenali akibat bauran penjualan kepada kenaikan jumlah calon jamaah umroh serta Buat mengenali usaha yang dicoba PT. Bimalyndo dalam tingkatan jumlah calon jamaah. Riset ini ialah riset kuantitatif, yang bisa dimengerti selaku tata cara bersumber pada filosofi positivisme, yang dipakai buat mempelajari sesuatu populasi ataupun ilustrasi. khusus. Hasil riset membuktikan kalau percobaan regresi linear berganda mendapatkan angka konstanta 1, 662, koefisien regresi pada elastis Produk 0, 201 atau 20, 1%, Advertensi 0, 307 atau 30, 7%, Harga 0, 351 atau 35, 1%, Tempat 0, 269 atau 26, 9%. Cara 0, 419 atau 41, 9%, Orang 0, 360 atau 36%, serta Fakta Raga 0, 314 atau 31, 4%. Perihal ini membuktikan kalau bila tiap ekskalasi 1% pada elastis bebas, hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar angka koefiien regresinya. Buat hasil percobaan Koefisien Pemastian(R²) sebesar 78. 1%, Sedang ada elastis lain yang bisa jadi akibat Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh sebesar 21, 9% Maksudnya riset ini sedang bisa dibesarkan serta dikaji sampai berakhir buat memperoleh angka akibat dengan cara totalitas kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah. Seharusnya PT. Bimalyndo bisa menganalisa lebih dalam terpaut kesempatan serta langkah- langkah yang wajib dicoba buat menarik customer dengan memakai referensi filosofi marketing mix aspek pelayanan supaya usahanya dalam tingkatan jumlah jama' ah umroh disperusahaannya bisa berhasil.

Kata Kunci : *Pengaruh, Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Peningkatan Calon Jama'ah Umroh*

Pendahuluan

Haji merupakan ibadah tertua yang dicoba oleh insan Tuhan di alam. Ibadah ini tidak cuma disyariatkan semenjak era Rasul Ibrahim alaihissalam yang kabarnya hidup dekat tahun 1997– 1822 SM. Ini berarti sepanjang nyaris 40 era. Tetapi dalam salah satu riwayat dituturkan kalau Allah SWT membuat Kabah selaku tempat ibadah sebab Rasul Adam alaihissalam serta istrinya tidak diutus ke alam.(Ahmad Sarwat, 2011)

Allah SWT berkata dalam surah Ali- Imran bagian 97:

فِيهِ أَلْبَيْتُهُمْ لِمَا بُرِّئُوا مِنْ دَخَلِهِ كَانُوا آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِاسْتًا عَالِيهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Maksudnya:“ Padanya ada isyarat yang jelas,(di antara lain) makam Ibrahim; barangsiapa memasukinya(Baitullah itu) jadi amanlah ia; melakukan haji merupakan peranan orang kepada Allah, ialah(untuk) orang yang mampu melangsungkan ekspedisi ke Baitullah. Barangsiapa membelit- belitkan(peranan haji), hingga sebetulnya Allah Maha Banyak(tidak membutuhkan suatu) dari sarwa alam”.(Departemen Agama RI)

Pada biasanya warga mukmin Indonesia melakukan umrah di Masjidil Tabu Arab Saudi lewat dinas ekspedisi darmawisata ataupun travel yang spesial menyelenggarakan pelayanan ekspedisi umrah yang banyak ada di semua Indonesia.

Mendirikan dinas ekspedisi haji serta umrah ialah aksi yang amat agung sebab tidak hanya berbisnis, pula mengantarkan hasrat bagus para hamba Allah yang mau berangkat ke tempat bersih buat menunaikan ibadah haji ataupun umrah. PT. Bimalyndo Gasak Aswad merupakan salah satu badan yang menolong penajaan ibadah haji serta umrah di kota Bukittinggi.

Berbarengan dengan kemajuan permohonan serta permohonan pelanggan dan kenaikan jumlah klien yang seketika, pastinya perihal itu menimbulkan terus menjadi banyak kompetisi yang dialami oleh industri travel ataupun industri PT. Bimalyndo Gasak Aswad. Perihal ini menuntut industri ini sanggup bersaing dengan dinas ekspedisi yang lain buat lalu melayani serta membagikan jasa pada hamba- hamba Allah yang mau menunaikan ibadah umroh.

Bersumber pada data yang didapat dari Ayah H. Mukhlis selaku arahan di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kantor Agen Bukittinggi, ada penyusutan jumlah jama' ah yang hendak menunaikan ibadah umroh. Ada pula penjelasan yang diserahkan oleh Ayah H. Mukhlis dari hasil tanya jawab pengarang selaku pemantauan dini dalam riset ini bisa diamati begitu juga selanjutnya:

“ PT. Bimalyndo Gasak Aswad ini pada sebagian tahun terakhir memanglah ada penyusutan jumlah jamaah yang memasukkan dirinya buat menunaikan ibadah umroh lewat pelayanan travel kita. Banyak aspek pemicu penyusutan jumlah jamaah yang mencatat itu. Diawali dari dini tahun 2020 sampai 2022, ada naik turunnya jumlah jamaah yang mencatat. Ditahun 2020 semua warga bumi lagi hadapi wabah Covid- 19, ada pemisahan jumlah jamaah yang hendak diberangkatkan dari tiap- tiap negeri oleh negeri Arab Saudi buat menghalangi penyebaran virus Covid- 19. Ditahun berikutnya memanglah industri kita sedang membiasakan diri buat lalu memberangkatkan jamaah sehabis akibat wabah Covid- 19 itu. Tidak adanya daya marketing di kantor agen kita pula jadi halangan serta hendak kita cermati dengan sungguh- sungguh kedepannya. Kompetisi yang kencang pula terjalin dilingkungan industri kita bekerja, alhasil butuh dipublikasikan dengan cara lebih bagus perusahaan kita pada warga supaya sanggup bersaing dengan terdapatnya daya marketing esoknya.”(H. Mukhlis, 2023)

Dari hasil tanya jawab itu, pengarang pula mendapatkan informasi jumlah klien jamaah umroh yang memakai pelayanan travel di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Agen Bukittinggi mulai tahun 2020- 2022, bisa diamati begitu juga berikut:

Tabel 1
Data Jumlah Jamaah Umroh Tahun 2020-2022
di PT. Bimalyndo Hajar Aswad

Bulan	Jumlah Pendaftar Umroh / Tahun		
	2020	2021	2022
Januari	8	22	16

Februari	10	25	12
Maret	5	20	19
April	7	25	23
Mei	6	23	17
Juni	8	21	12
Juli	10	18	18
Agustus	11	19	15
September	5	14	15
Oktober	8	17	19
November	9	26	20
Desember	12	23	21
Total Jamaah	109	253	207

Sumber : Hasil wawancara dengan Bapak H. Mukhlis, Pimpinan PT. Bimalyndo Hajar Aswad Kantor Cabang Bukittinggi.

Dari penjelasan tabel diatas, bisa dimengerti kalau terdapatnya naik turun jumlah jamaah yang mencatat umroh memakai pelayanan travel di PT. Bimalyndo Gasak Aswad. Diawali pada tahun 2020 itu ada 109 jamaah yang diberangkatkan, ditahun 2021 ada 253 jamaah serta hadapi eskalasi jumlah klien yang memakai pelayanan travelnya. Berikutnya jumlah jamaah yang mencatat turun balik ditahun 2022.

Dengan sudah dipaparkan informasi cocok hasil tanya jawab pengarang pada arahan PT. Bimalyndo Gasak Aswad. Hingga pengarang memandang kejadian pada industri itu selaku utama kasus yang amat butuh buat dikaji. Ada pula kejadian yang terjalin ialah minimnya interaksi pegawai kepada calon klien, serta tidak ada eskalasi jumlah klien yang memakai pelayanan travel umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad. Pengarang memakai filosofi marketing mix selaku alas filosofi buat menelaah perkara ini, supaya esoknya bisa jadi materi estimasi buat bisa menanggulangi fenomena itu.

Dari kerangka balik itu, hingga dari itu pengarang akan menuangkan dalam suatu postingan objektif yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Jumlah Calon Jamaah Umrah Di Pt. Bimalyndo Hajar Aswad Kota Bukittinggi”**.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang dapat dipahami sebagai metode riset bersumber pada filosofi positivisme, yang dipakai buat mempelajari populasi ataupun ilustrasi khusus. Pengumpulan informasi memakai perlengkapan analisa informasi riset, kuantitatif ataupun statistik, dengan tujuan pengetesan anggapan.(Sugiono, 2008). Riset ini memakai informasi pokok serta informasi inferior yang digabungkan buat menggapai tujuan riset.

Riset ini dicoba dengan metode langsung turun ke subjek riset di PT. Bimalyndo Gasak Aswad, yang berada di Jalan. Cemp. Raya, Campago Ipuh, Kec. Mandiangan Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26117.

Riset ini dicoba dengan ditaksir durasi 5 bulan, ialah pada bulan Februari 2023 hingga Juli 2023. Informasi pokok merupakan pangkal data yang didapat langsung dari tempat riset ataupun poin riset. Informasi bawah buat riset ini digabungkan dengan memberikan angket ke calon himpunan haji serta umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Pada postingan ini, populasi yang diresmikan merupakan jamaah umroh yang sudah melakukan ibadahnya dengan memakai pelayanan tour travel di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi. Ada pula jumlah jamaah yang sudah menyelesaikan ibadah umroh dengan memakai pelayanan industri ini dengan bentang tahun 2020-2022 ataupun 3 tahun terakhir ialah berjumlah 569 jamaah.

Ilustrasi pada riset ini hendak ditetapkan dengan metode Solvin. Metode Slovin diseleksi sebab ini bisa jadi ialah strategi terukur buat memastikan uji bawah dengan alibi memperhitungkan tingkatan populasi yang hendak dijadikan ilustrasi.(Strategi pengetesan non- probabilitas merupakan dalam wujud pengetesan dengan titik, spesial buat melainkan uji dengan estimasi ataupun patokan khusus. (Ni Putu Cantik, 2014)

Dengan cara matematis, metode slovin ditulis dengan $n = \frac{N}{1 + N e^2}$ atau $n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$. Dalam metode itu, nampak unsur- unsur metode semacam n, N, serta e. Selanjutnya merupakan penjelasannya

:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

n : adalah jumlah sampel yang dicari

N : adalah jumlah populasi

e : adalah margin eror yang ditoleransi.

Pada riset ini, ada 569 jamaah umroh yang sudah memakai pelayanan tour travel PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi, dengan batas error sebesar 10%. Bila jumlah populasi dimasukkan dalam metode hingga hendak jadi begitu juga selanjutnya:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\ n &= \frac{569}{1 + 569 (0,1)^2} \\ n &= \frac{569}{1 + 569 (0,01)} \\ n &= \frac{569}{1 + 5,7} \end{aligned}$$

$$n = \frac{569}{6,7}$$

$$n = 84,92 = 85$$

Bersumber pada hasil kalkulasi dalam determinasi sampel memakai metode Solvin, telah diresmikan ilustrasi pada riset ini dengan jumlah 85 orang yang sudah memakai pelayanan tour travel umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Dalam riset ini variable riset dipecah jadi 2 golongan, ialah elastis leluasa(independent) serta elastis terikat(dependent).

- a. Elastis leluasa(bebas): Produk(X₁), Advertensi(X₂), Harga(X₃), Posisi(X₄), Cara(X₅), Orang(X₆), Fakta Raga(X₇).
- b. Elastis terikat(dependent): Kenaikan Jumlah Calon Jamaah Umroh(Y).

Tabel 2
Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Produk (X ₁)	Seluruh yang diadakan serta dapat melegakan kemauan konsumen di ucap dengan produk	-servis - Keanekaragaman barang -Kualitas	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Promosi (X ₂)	Advertensi merupakan salah satu bentuk menyampaikan Penjualan bermaksud buat pengaruhi, ajak pelanggan supaya ingin membeli produk yang diadakan oleh PT. Bimalyndo Gasak Aswad	- Personal Selling -Periklanan spanduk -Promosi penjualan (<i>display</i>)	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Harga (X ₃)	Harga merupakan jumlah keseluruhan senantiasa buat memperoleh benda ataupun pelayanan.	-Price List -Potongan harga -Harga standart	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Lokasi (X ₄)	Posisi merupakan tempatnya Industri melaksanakan	-Lokasi strategis -Transportasi mudah	Diukur dengan skala kuesioner Likert.

	bermacam aktivitas buat membuat produk bisa diakses serta ada untuk pelanggan.	- tempat parkir	
Proses (X5)	Cara merupakan aksi yang timbul gimana administrasi diserahkan pada konsumen dikala membeli benda barangan. Ketua klinik, lewat operator mutahir, dengan cara tertib membagikan bermacam layanan buat menarik konsumen.	-Alur aktivitas (<i>Flow of activities</i>) -Jadwal-jadwal tugas -Rutinitas	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Manusia (X6)	Partisipan di mari dimengerti selaku karyawan bagian jasa serta pemasaran, ataupun banyak orang yang dengan cara langsung ataupun tidak langsung ikut serta dalam cara jasa itu sendiri, tercantum resepsionis.	-Employees -Recruiting -Training -Motivation -Reward -Teamwork -Costumer -Communication	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Bukti Fisik (X7)	Area raga merupakan kondisi ataupun situasi yang di dalamnya pula tercantum atmosfer kantor yang ialah tempat beroperasinya pelayanan layanan tour travel umroh.	-Facility Design -Equimpment -Signage	Diukur dengan skala kuesioner Likert.
Peningkatan Juamlah Calon	Ketetapan memakai pelayanan balik merupakan aksi	- Kemantapan - Rekomendasi Kepada Orang	Diukur dengan skala kuesioner Likert.

Jamaah Umroh (Y)	pelanggan buat ingin balik memakai pelayanan ataupun tidak kepada produk yang ditawarkan di PT. Bimalyndo Gasak Aswad.	Lain - Pembelian Ulang	
------------------	--	------------------------	--

Hasil dan Pembahasan

Uji- t bermaksud buat mengenali akibat tiap- tiap elastis bebas kepada elastis terbatas. Percobaan t dicoba dengan menyamakan angka t jumlah dengan t bagan.

Selanjutnya ini hasil percobaan t bersumber pada informasi yang diolah dengan IBM SPSS tipe 26:

Bagan 3
Hasil Percobaan t Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.662	0.540		4.611	0.016
	Produk_X1	0.201	0.080	0.241	2.527	0.014
	Promosi_X2	0.370	0.095	0.382	3.885	0.000
	Harga_X3	0.351	0.082	0.397	4.282	0.000
	Tempat_X4	0.269	0.087	0.280	2.762	0.012
	Proses_X5	0.419	0.123	0.299	3.394	0.001
	Manusia_X6	0.360	0.080	0.387	4.489	0.000
	Bukti Fisik_X7	0.314	0.090	0.311	3.470	0.001

Langkah- langkah dalam pengetesan percobaan t merupakan antara lain:

- a. Bila $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ ataupun angka signifikansi percobaan $t \geq 0,05$ hingga H_0 diperoleh, maksudnya variabel- variabel bebas dengan cara parsial tidak mempengaruhi kepada elastis terbatas.
- b. Bila $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ ataupun angka signifikansi percobaan $t \leq 0,05$ hingga H_1 diperoleh, maksudnya variabel- variabel bebas dengan cara parsial mempengaruhi kepada elastis terbatas. Metode buat mencari $t\text{-tabel}$ merupakan selaku selanjutnya:

$t\text{-tabel} =$ atau 2; $n - k$

Penjelasan:

$\alpha = 0,1$ (10%)

$n =$ jumlah sampel

$k =$ jumlah elastis (leluasa+ terikat)

hingga dikenal $t\text{-tabel} = 0,1$ atau 2; $85 - 8 = 0,05$; $77 = 1,664$ (dari titik persentase distribusi t)

Hingga dikenal angka $t\text{-tabel}$ merupakan 1,664. Buat uraian dari bentuk regresi pada bagan di atas merupakan selaku selanjutnya:

- 1) Akibat Elastis Produk kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Produk mempunyai angka $t\text{-hitung}$ beberapa 2,527 $\geq t\text{-tabel}$ beberapa 1,664 serta sig beberapa $0,014 \leq 0,05$. Perihal ini meenytakan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Produk dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.
- 2) Akibat Elastis Advertensi kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Advertensi mempunyai angka $t\text{-hitung}$ beberapa 3,885 $\geq t\text{-tabel}$ beberapa 1,664 serta sig beberapa $0,000 \leq 0,05$. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Advertensi dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.
- 3) Akibat Elastis Harga kepada ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Harga mempunyai angka $t\text{-hitung}$ beberapa 4,282 $\geq t\text{-tabel}$ beberapa 1,664 serta sig beberapa $0,000 \leq 0,05$. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Harga dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.
- 4) Akibat Elastis Tempat kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Tempat mempunyai angka $t\text{-hitung}$ beberapa 2,762 $\geq t\text{-tabel}$ beberapa 1,664 serta sig beberapa $0,012 \leq 0,05$. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0

ditolak, maksudnya elastis Tempat dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

- 5) Akibat Elastis Cara kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Cara mempunyai angka t- hitung beberapa 3, 394 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 001 $\leq$ 0, 05. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Cara dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.
- 6) Akibat Elastis Orang kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada bagan 3. Dimana elastis Orang mempunyai angka t- hitung beberapa 4, 489 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Orang dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.
- 7) Akibat Elastis Fakta Raga kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad bisa diamati pada table 3. Dimana elastis Fakta Raga mempunyai angka t- hitung beberapa 3, 470 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 001 $\leq$ 0, 05. Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Fakta Raga dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel ekskalasi Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Bagan 4
Hasil Percobaan Simultan F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.101	7	3.729	39.241	0.000 ^b
	Residual	7.316	77	0.095		
	Total	33.417	84			
a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Calon Jama'ah Umroh_Y						
b. Predictors: (Constant), Produk (X1), Promosi (X2), Harga (X3), Tempat (X4), Proses (X5), Manusia (X6), Bukti Fisik (X7)						

Sumber : Output olah data IBM SPSS versi 26, data diolah tahun 2022.

Bersumber pada hasil pengujian pada bagan 4 diatas diterima angka F jumlah sebesar 39, 241 serta angka F bagan merupakan 3, 10 alhasil angka F jumlah $\geq$ F bagan serta tingkatan penting 0, 000 $\leq$ 0, 1 hingga H_0 ditolak serta H_1

diperoleh. Hingga bisa disimpulkan kalau elastis belum dipengaruhi elastis Produk(X1), Advertensi(X2). Harga(X3), Tempat(X4), Cara(X5), Orang(X6), Fakta Raga(X7) dengan cara berbarengan(simultan) mempengaruhi kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh(Y) di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Percobaan Koefisien pemastian dipakai buat melaporkan persentase elastis bebas kepada elastis terbatas. Hasil pengetesan koefisien pemastian dihidangkan pada bagan selanjutnya:

Bagan 5
Hasil Percobaan Koefisien Pemastian(R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.884 ^a	0.781	0.761	0.30825

Bersumber pada bagan diatas bisa dikenal kalau angka koefisien pemastian(R²) yang didapat sebesar 0, 781. Perihal ini membuktikan kalau akibat elastis Produk(X1), Advertensi(X2). Harga(X3), Tempat(X4), Cara(X5), Orang(X6), serta Fakta Raga(X7) dengan cara berkelanjutan sebesar 78, 1% kepada atensi berhaji untuk warga Kota Bukittinggi. Sebaliknya lebihnya 21, 9% Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh sedang dipengaruhi oleh elastis lain.

1. Gimana akibat bauran penjualan(marketing mix) kepada kenaikan jumlah calon jamaah umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi

a. Percobaan Regresi Linier Berganda

Hasil riset ini membuktikan angka koefisien regresi Produk(X1) sebesar 0, 201 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Produk hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 201 ataupun serupa dengan 20, 1%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Produk hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Angka koefisien regresi Advertensi(X2) sebesar 0, 370 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Advertensi hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 370 ataupun serupa dengan 37%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Advertensi hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Angka koefisien regresi Harga(X3) sebesar 0, 351 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Harga hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 351 ataupun serupa dengan 35, 1%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Harga hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Angka koefisien regresi Tempat(X4) sebesar 0, 269 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Tempat hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 269 ataupun serupa dengan 26, 9%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Tempat hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Angka koefisien regresi Cara(X5) sebesar 0, 419 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Cara hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 419 ataupun serupa dengan 41, 9%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Cara hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi..

Angka koefisien regresi Orang(X6) sebesar 0, 360 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Orang hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 360 ataupun serupa dengan 36%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Orang hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Angka koefisien regresi Fakta Raga(X7) sebesar 0, 314 membuktikan bila tiap ekskalasi 1% pada elastis Fakta Raga hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar 0, 315 ataupun serupa dengan 31, 4%. Alhasil terus menjadi bertambah angka Fakta Raga hingga terus menjadi menigkat Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

b. Percobaan t Parsial

Hasil percobaan t Parsial membuktikan kalau akibat Elastis Produk kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Produk mempunyai angka t- hitung beberapa 2, 527 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 014 $\leq$ 0, 05.

Perihal ini melaporkan jika H₁ diperoleh ataupun H₀ ditolak, maksudnya elastis Produk dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Advertensi kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Advertensi mempunyai angka t- hitung beberapa 3, 885 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05.

Perihal ini melaporkan jika H₁ diperoleh ataupun H₀ ditolak, maksudnya elastis Advertensi dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Harga kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Harga mempunyai angka t- hitung beberapa 4, 282 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05.

Perihal ini melaporkan jika H₁ diperoleh ataupun H₀ ditolak, maksudnya elastis Harga dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Tempat kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Tempat mempunyai angka t- hitung beberapa $2,762 \geq t$ - tabel beberapa $1,664$ serta sig beberapa $0,012 \leq 0,05$.

Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Tempat dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Cara kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Cara mempunyai angka t- hitung beberapa $3,394 \geq t$ - tabel beberapa $1,664$ serta sig beberapa $0,001 \leq 0,05$.

Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Cara dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Orang kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Orang mempunyai angka t- hitung beberapa $4,489 \geq t$ - tabel beberapa $1,664$ serta sig beberapa $0,000 \leq 0,05$.

Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Orang dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Akibat Elastis Fakta Raga kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad dimana elastis Fakta Raga mempunyai angka t- hitung beberapa $3,470 \geq t$ - tabel beberapa $1,664$ serta sig beberapa $0,001 \leq 0,05$.

Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis Fakta Raga dengan cara parsial mempengaruhi kepada variabel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.c. Percobaan Simultan F

Bersumber pada hasil pengtesan pada Percobaan Simultan F diterima angka F jumlah sebesar $39,241$ serta angka F bagan merupakan $3,10$ alhasil angka F jumlah $\geq F$ bagan serta tingkatan penting $0,000 \leq 0,1$ hingga H_0 ditolak serta H_1 diperoleh. Hingga bisa disimpulkan kalau elastis belum dipengaruhi elastis Produk(X_1), Advertensi(X_2). Harga(X_3), Tempat(X_4), Cara(X_5), Orang(X_6), Fakta Raga(X_7) dengan cara berbarengan(simultan) mempengaruhi kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh(Y) di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

d. Percobaan Koefisien Pemastian(R^2)

Bersumber pada hasil pengtesan ini, kalau angka koefisien pemastian(R^2) yang didapat sebesar $0,781$. Perihal ini membuktikan kalau akibat elastis Produk(X_1), Advertensi(X_2). Harga(X_3), Tempat(X_4), Cara(X_5), Orang(X_6), serta Fakta Raga(X_7) dengan cara berkelanjutan sebesar $78,1\%$ kepada atensi berhaji untuk warga Kota Bukittinggi. Sebaliknya lebihnya $21,9\%$ Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh sedang dipengaruhi oleh elastis lain.

Pada amatan terdahulu ada kecocokan elastis terbatas serta Bebas yang diawasi oleh Abdul Rachman, dkk. tahun 2022 dengan kepala karangan“ Strategi Penjualan

Syariah Dalam Tingkatkan Jumlah Pelanggan Dana Haji Serta Umrah IB Pada BTN KCPS Tangerang.” Elastis terbatas pada riset ini ialah Kenaikan Jumlah Pelanggan, sebaliknya elastis independennya ialah. Produk, Harga, Posisi, Advertensi, Orang, Prosesm, serta Fakta Raga. Hasil ingatan ini membuktikan kalau metode penjualan syariah yang diaktualisasikan oleh BTN KCPS Tangerang sanggup menaikkan jumlah pelanggan anggaran Persediaan Haji& Umrah IB sebesar 27%, dari yang telah 43 pelanggan di tahun 2019 jadi 55 pelanggan. Terdapat perihal yang melainkan riset yang lagi pengarang jalani dengan riset lebih dahulu ini. Perbandingan itu bisa diamati dari perkara ataupun permasalahan yang

diawasi. Pada riset terdahulu Abdul Rachman, dkk. Mangulas mengenai strategi nya penjualan syariah dalam tingkatkan jumlah pelanggan Dana Haji serta Umroh IB. Sebaliknya pada riset yang pengarang jalani ialah pengarang mau mengenali Akibat Bauran Penjualan kepada kenaikan jumlah calon jama’ ah di

PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi, serta gimana usaha PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi dalam tingkatkan jumlah calon jama’ ah umroh yang memakai pelayanan tour travel. Perbandingan permasalahan yang lagi diawasi amat khusus, alhasil riset ini bisa dipergunakan buat menaikkan pengetahuan mengenai usaha yang wajib dicoba oleh PT. Bimalyndo kota Gasak Aswad Bukittinggi dengan buat tingkatkan pelanggan umroh yang memakai pelayanan tour travel- nya.

2. Gimana usaha PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi dalam tingkatkan jumlah calon jama’ ah umroh yang memakai pelayanan tour travel

PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi ialah industri aspek pelayanan yang menawarkan bermacam berbagai produk berbentuk Tour Travel Umroh serta Penerapan Ibadah Haji. Dalam perihal ini PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi sepanjang 3 tahun terakhir sudah memberangkatkan jama’ ah umroh yang terdapat di Kota Bukittinggi sebesar 569 jama’ ah. Dari keseluruhan totalitas jama’ ah yang diberangkatkan ada ekskalasi serta penyusutan jumlah jama’ ah yang menunaikan ibadah umroh disetiap tahunnya. Ditahun 2021 ada 253 jama’ ah serta di tahun 2022 cuma 207 jama’ ah saja yang pergi umroh lewat pelayanan tour travel PT. Bimalyndo Gasak Aswad. Ada penyusutan jumlah jama’ ah umroh yang diberangkatkan. Perihal ini pastinya jadi perkara sekalian jadi ciri pertanyaan, apa pemicu dari penyusutan jumlah jama’ ah itu.(H. Mukhlis, 2023)

Sehabis dikerjakannya pemantauan oleh pengarang dengan memakai tata cara tanya jawab pada pelapor ialah Ayah H. Mukhlis. Pengarang memperoleh kesimpulan kalau minimnya interaksi pegawai PT. Bymalindo kepada calon jama’ ah yang hendak memakai pelayanan tour traveln- nya. Junlah badan pegawai yang dipunyai oleh Ayah H. Mukhlis cuma 2 orang, keduanya bekerja selaku admin kantor. Sehingga tidak ada regu marketing yang bisa menjual produknya. Hingga dari itu Ayah H. Mukhlis berkemungkinan hendak memberdayakan regu marketing buat mengiklankan produknya pada waktu kelak.

Usaha yang dicoba oleh Ayah H. Mukhlis buat memberdayakan ataupun merekrut regu marketing dalam menjual produknya. Searah dengan arti marketing mix yang di informasikan oleh Kotler serta Amstrong kalau bauran penjualan merupakan elastis pengawasan yang digabungkan buat menciptakan asumsi yang diharapkan dari pasar target. Serta buat industri pelayanan ada 7 faktor bauran penjualan(Marketing Mix- 7p), ialah: Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Cara, Serta Physical Evidence. (Hendri Sukotjo serta Sumanto Radix A, 2010)

Kesimpulan

Dari riset yang sudah pengarang jalani, ada 2 poin yang sudah pengarang simpulkan, merujuk pada kesimpulan permasalahan serta sudah diulas dalam riset ini, ialah:

1. Riset ini sudah memperoleh balasan mengenai gimana akibat bauran penjualan(marketing mix) kepada kenaikan jumlah calon jamaah umroh di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi. Hasil percobaan regresi linear berganda didapat angka konstanta sebesar 1, 662, kondisi dimana varibel terbatas belum dipengaruhi oleh elastis bebas. Koefisien regresi pada varibel Produk mendapatkan angka 0, 201 ataupun sebanding dengan 20, 1%, Advertensi 0, 307 atau 30, 7%, Harga 0, 351 atau 35, 1%, Tempat 0, 269 atau 26, 9%. Cara 0, 419 atau 41, 9%, Orang 0, 360 atau 36%, serta Fakta Raga 0, 314 atau 31, 4%. Perihal ini membuktikan kalau bila tiap ekskalasi 1% pada elastis bebas, hingga hendak pengaruhi Kenaikan Calon Jama' ah Umroh sebesar angka koefiien regresinya.
2. Hasil percobaan t parsial membuktikan kalau angka t bagan sebesar 1, 664. Elastis Produk mempunyai angka t- hitung beberapa 2, 527 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 014 $\leq$ 0, 05. Elastis Advertensi mempunyai angka t- hitung sejumlah 3. 885 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig sebesar beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05. Elastis Harga mempunyai angka t- hitung beberapa 4, 282 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05.
3. Elastis Tempat mempunyai angka t- hitung beberapa 2, 762 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 012 $\leq$ 0, 05. Elastis Cara mempunyai angka t- hitung beberapa 3, 394 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 001 $\leq$ 0, 05. Elastis Orang mempunyai angka t- hitung beberapa 4, 489 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 000 $\leq$ 0, 05. Elastis Fakta Raga mempunyai angka t- hitung beberapa 3, 470 $\geq$ t- tabel beberapa 1, 664 serta sig beberapa 0, 001 $\leq$ 0, 05.

Perihal ini melaporkan jika H_1 diperoleh ataupun H_0 ditolak, maksudnya elastis bebas bauran penjualan dengan cara parsial mempengaruhi kepada varibel Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh.

Hasil Percobaan Simultan F membuktikan kalau angka F jumlah sebesar 39, 241 serta angka F bagan merupakan 3, 10 alhasil angka F jumlah $\geq$ F bagan serta tingkatan penting $0, 000 \leq 0, 1$ hingga H_0 ditolak serta H_1 diperoleh. Hingga bisa disimpulkan kalau elastis belum dipengaruhi elastis Produk(X_1), Advertensi(X_2). Harga(X_3), Tempat(X_4), Cara(X_5), Orang(X_6), Fakta Raga(X_7) dengan cara berbarengan(simultan) mempengaruhi kepada Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh(Y) di PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi.

Hasil percobaan koefisien pemastian(R^2) yang didapat sebesar 0, 781. Perihal ini membuktikan kalau akibat elastis Produk(X_1), Advertensi(X_2). Harga(X_3), Tempat(X_4), Cara(X_5), Orang(X_6), serta Fakta Raga(X_7) dengan cara berkelanjutan sebesar 78, 1% kepada atensi berhaji untuk warga Kota Bukittinggi. Sebaliknya lebihnya 21, 9% Kenaikan Jumlah Calon Jama' ah Umroh sedang dipengaruhi oleh elastis lain.

Riset ini pula sudah memperoleh balasan mengenai gimana usaha PT. Bimalyndo Gasak Aswad Kota Bukittinggi dalam tingkatan jumlah calon jama' ah umroh yang memakai pelayanan tour travel. Usaha yang dicoba oleh Ayah H. Mukhlis buat memberdayakan ataupun merekrut regu marketing dalam menjual produknya. Searah dengan arti marketing mix yang di informasikan oleh Kotler serta Amstrong kalau bauran penjualan merupakan elastis pengawasan yang digabungkan buat menciptakan asumsi yang diharapkan dari pasar target. Serta buat industri pelayanan ada 7 faktor bauran penjualan(Marketing Mix- 7p), ialah: Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Cara, Serta Physical Evidence

Daftar Pustaka

Buku

- Baqir Al-Habsi, Muhammad. 1999. *Fiqh Praktis*. Bandung: Mizan
 Sarwat, Ahmad. 2011. *Seri Fiqih Kehidupan Haji*. Jakarta: DU Publishing
 Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Jurnal

- Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Bandung: Yrama Widya.
 Putu Ayu Pudak Sar, Ni. 2014. *Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012*, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 7.1

Sumber lain

- H. Mukhlis, Wawancara pribadi di Kantor Cabang PT. Bimalyndo Hajar Aswad Kotab Bukittinggi, Jum'at 20 Februari 2023
 Kementerian Agama RI. 2007. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*. Bandung : PT Syigma Examedia Arkanleema.
 Kementerian Agama RI. Tuntuna Manasik Haji dan Umrah.