



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH PROBLEMATIKA WAITING LIST DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI
OLEH JAMAAH HAJI DI KANTOR KEMENTERIAN
AGAMA KOTA SURABAYA**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.sos)

SKRIPSI

Oleh:

Zahro'atul Iftitah Nur Rizqiah
NIM.B94219103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN OTORITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Penyusun : Zahro'atul Ifitah Nur Rizqiah
Nomor Induk Mahasiswa : B94219103
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi/
Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Problematika Waiting
List Dan Harga Terhadap Keputusan Mendaftar Haji Oleh
Jamaah Haji Di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya

Dengan ini, saya menyatakan, bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atas pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai referensi maupun kutipan dengan mengikuti aturan tata tulis karya ilmiah yang ada.

Surabaya, 24 Desember 2022
Yang menyatakan



Zahro'atul Ifitah Nur Rizqiah
NIM: B94219103

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Zahro'atul Iftitah Nur Rizqiah

NIM : B94219103

Fakultas/Prodi: Dakwah dan Kornunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Problematika Waiting List Dan
Harga Terhadap Keputusan Mendaftar
Haji Oleh Jamaah Haji Di Kantor
Kementerian Agama Kota Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen
Pembimbing.

Surabaya, 28 December 2022

Menyetujui Dosen Pembimbing



Airlangga Bramayudha, M.M

NIP.197912142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH PROBLEMATIKA WAITING LIST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI OLEH JAMAAH HAJI DI KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA SURABAYA
SKRIPSI

Disusun Oleh :

Zahro'atul Iftitah Nur Rizqiah
B94219103

Telah diujikan pada tanggal 6 Januari 2023 dan dinyatakan lulus dalam ujian sidang skripsi untuk selanjutnya menerima gelar Sarjana Strata Satu.

Tim penguji :

Penguji I

Airlangga Bramavudha, MM
NIP. 19791214201101005

Penguji III

Ahmad Khairul Hakim, M.Si
NIP.19751230200312001

Penguji II

Dra. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib., M.lib., Ph.D
NIP. 19663141992032001

Penguji IV

Dr. Achmad Murtafi Haris, Lc., M.Fil.I
NIP.19700304200711056



Surabaya, 06 Januari 2023

Bekas,

Dr. Moch. Chabirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP.197411301998031001

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ZAHRO'ATUL IFITTAH NUR RIZQIAH
NIM : B94219103
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ MANAJEMEN DAKWAH
E-mail address : zhrifitahnr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH PROBLEMATIKA WAITING LIST DAN HARGA TERHADAP

KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI OLEH JAMA'AH HAJI DI KANTOR

KEMENTERIAN AGAMA KOTA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2023

Penulis

(Zahro'atul Ifitah NR)

ABSTRAK

Zahro'atul Iftitah Nur Rizqiah. 2022. Pengaruh Problematika Waiting List dan Harga Terhadap Keputusan Mendaftar Haji oleh Jamaah Haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya. Skripsi Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian terfokus kepada mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh yang terjadi antara waiting list dan harga terhadap keputusan mendaftar haji yang dilakukan oleh jamaah haji Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya tingkat hubungan antar variabel yang digunakan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dengan jenis asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui menyebar kuesioner untuk diisi kemudian hasilnya diuji melalui beberapa uji menggunakan program *Spss 20 for windows*. Penelitian dilaksanakan di Kementerian Agama Kota Surabaya dengan responden sebanyak 65 orang.

Hasil penelitian ini menjawab seluruh rumusan masalah yang telah dibuat. *Pertama*, terdapat pengaruh signifikan variabel Waiting List (X1) terhadap variabel Keputusan Mendaftar Haji (Y) dengan nilai p value sebesar $0.00 < 0,05$. *Kedua*, tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Harga (X2) terhadap variabel Keputusan Mendaftar Haji (Y) dengan nilai p value $0.979 > 0,05$, sehingga tidak terjadi pengaruh antara variabel harga dengan variabel keputusan mendaftar haji para jamaah haji di Kementerian Agama Kota Surabaya. *Ketiga*, besar nilai pengaruh ketika variabel waiting list dan harga bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan mendaftar haji diperoleh nilai sebesar 0,293 atau 29,3%. Artinya variabel independen bersama-sama berkontribusi terhadap variabel

dependen sebesar 29,3%, dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Waiting List, Harga, Keputusan Mendaftar Haji



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTORITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan.....	8

D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Operasional	10
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II.....	15
KAJIAN TEORITIK.....	15
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
B. Kerangka Teori.....	20
C. Paradigma Penelitian.....	38
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian	42
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	43
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
E. Tahap-tahap Penelitian.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data	51

G. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen	52
H. Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
B. Penyajian Data dan Analisis Data	67
C. Pengujian Hipotesis.....	102
D. Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB V.....	114
PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran dan Rekomendasi	116
C. Keterbatasan Penelitian.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kemenag Surabaya	67
Gambar 4. 2 Diagram Pie Jenis Kelamin	68
Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot.....	92



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Usia Responden.....	69
Tabel 4. 2 X1.1	70
Tabel 4. 3 X1.2	71
Tabel 4. 4 X1.3	71
Tabel 4. 5 X1.4	72
Tabel 4. 6 X1.5	73
Tabel 4. 7 X1.6.....	74
Tabel 4. 8 X2.1	75
Tabel 4. 9 X2.2	76
Tabel 4. 10 X2.3.....	77
Tabel 4. 11 X2.4.....	77
Tabel 4. 12 X2.5.....	78
Tabel 4. 13 X2.6.....	79
Tabel 4. 14 X2.7.....	80
Tabel 4. 15 X2.8.....	80
Tabel 4. 16 X2.9.....	81

Tabel 4. 17 Y1	83
Tabel 4. 18 Y2	83
Tabel 4. 19 Y3	84
Tabel 4. 20 Y4	85
Tabel 4. 21 Y5	85
Tabel 4. 22 Y6	86
Tabel 4. 23 Y7	87
Tabel 4. 24 Y8	88
Tabel 4. 25 Y9	88
Tabel 4. 26 Y10.....	89
Tabel 4. 27Hasil Uji Normalitas.....	90
Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 4. 29 Hasil Uji Variables Entered/Removed.....	95
Tabel 4. 30 Hasil Uji Correlation.....	96
Tabel 4. 31 Hasil Uji Correlation 2.....	96
Tabel 4. 32 Hasil Uji Anova.....	97
Tabel 4. 33 Hasil Uji Coefficients	97
Tabel 4. 34 Makna Hubungan.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji merupakan ibadah wajib untuk umat beragama Islam sebagai implementasi rukun Islam yang kelima. Menjalankan ibadah haji memerlukan persiapan dan biaya yang lebih matang dibandingkan ibadah lainnya. Disamping kesiapan biaya, menjalankan ibadah haji memerlukan kesiapan fisik dan dokumen keberangkatan. Sehingga, menjalankan ibadah haji menjadi hal yang istimewa bagi umat muslim di dunia, begitu pula di Indonesia. Banyaknya permintaan keberangkatan ini menimbulkan beberapa problematika salah satunya adalah problematika *waiting list* atau daftar tunggu. Pendaftaran haji di Indonesia menggunakan kebijakan nomor urut pendaftaran yang biasa disebut *first come first served*, yaitu sistem dimana jamaah yang terlebih dahulu mendaftar akan lebih dahulu memiliki porsi untuk keberangkatan haji.¹ Pendaftaran dilakukan melalui website resmi pelayanan haji, yang berisi sistem informasi dan komputerisasi haji (Siskohat), atau langsung mendatangi Kantor Kementerian Agama terdekat.

Problematika *waiting list* atau daftar tunggu merupakan problematika yang akhir-akhir ini banyak diperbincangkan dikalangan jamaah haji di Indonesia.

1 Achmad Muchaddam Fahham, "PENYELENGGARAAN IBADAH HAJI: MASALAH DAN PENANGANANNYA," *Kajian* 20, no. 3 (September 19, 2016): 201–218, accessed October 6, 2022, <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/625>.

Ma'arif dan Tanjung mendeskripsikan *waiting list* atau daftar tunggu merupakan keadaan yang menunjukkan sekumpulan barisan yang berusaha menerima sebuah pelayanan atau fasilitas yang memerlukan beberapa waktu untuk sampai pada giliran. *Waiting list* atau daftar tunggu keberangkatan haji adalah masa tunggu jamaah haji yang telah mendapatkan porsi haji untuk diberangkatkan ke Baitullah.² Kuota haji yang diberikan oleh pemerintah Arab Saudi ternyata tidak mampu menampung banyaknya calon jamaah Indonesia yang ingin berangkat ke tanah suci. Hal ini yang menjadi faktor utama adanya sistem *waiting list* atau daftar tunggu keberangkatan haji di Indonesia.³ Tingginya minat haji masyarakat Indonesia merupakan tantangan untuk pemerintah dalam memberikan pelayanan terbaik ibadah haji, agar problematika tersebut tidak menimbulkan efek yang buruk terhadap regulasi haji di Indonesia.

Pada tahun 2022 sempat terdengar desas desus berita mengenai estimasi keberangkatan haji yang semakin lama, dari normal waktu tunggu kurang lebih 35 tahun menjadi lebih dari 70 tahun. Dalam menangani isu tersebut, Kementerian Agama RI mengeluarkan statement melalui Kasubdit Siskohat

²Fadhilla Ilham Mulkin, dkk, "Kajian Hukum Islam terhadap Kebijakan Pemerintah atas Pemberian Kuota Lebih Kepada Jamaah Haji", *TATOHI Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1 No. 7, 2021, 711.

³Zubaedi Zubaedi, "Analisis Problematika Manajemen Pelaksanaan Haji Indonesia (Restrukturisasi Model Pengelolaan Haji Menuju Manajemen Haji Yang Modern)," *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (December 16, 2016): 191–200.

Dirjen PHU, bahwa kuota yang diinput melalui aplikasi haji pintar tersebut bertambah berpuluh tahun, akibat pembatasan kuota keberangkatan haji tahun 2022 yang semula 210.000 ribu menjadi hanya 100.000 ribu saja. Tentunya hal tersebut salah satu dampak adanya pandemi Covid-19. Keberangkatan haji yang tidak lebih dari 50% kuota normal secara otomatis menjadikan estimasi semakin lama karena inputan dalam aplikasi sistem haji pintar juga turut mundur. Hal tersebut belum dapat dipastikan apakah pada tahun berikutnya akan berubah dan menjadi normal kembali atau tidak. Karena, regulasi kuota haji setiap tahun akan berubah.⁴ Estimasi normal keberangkatan haji adalah kurang lebih 35 tahun setelah mendaftar, dan bisa dipercepat atau lambat sesuai situasi dan kondisi dikemudian hari.

Harga menjadi salah satu pertimbangan penting seseorang dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, dimana seseorang pasti mengejar produk dengan harga terjangkau dan kualitas memadai. Definisi mengenai harga banyak dikemukakan oleh para ahli, salah satunya diungkapkan oleh Swastha, bahwa harga merupakan sesuatu yang berjumlah baik berupa uang maupun barang yang diperlukan sebagai alat tukar untuk

4 Kementerian Agama, “Estimasi Keberangkatan Haji Makin Lama, Ini Penjelasan Kemenag,” accessed October 19, 2022, <https://kemenag.go.id/read/estimasi-keberangkatan-haji-makin-lama-ini-penjelasan-kemenag-nvkj4>.

mendapatkan barang dan pelayanan.⁵ Sedangkan menurut Kotler harga merupakan sesuatu yang dibebankan kepada pembeli untuk memperoleh suatu pelayanan maupun barang yang dibayarkan dalam tertentu. Tinggi rendahnya harga menurut satu orang dengan lainnya tentu berbeda. Salah satu faktor pembeda terletak pada taraf ekonomi dan kemampuan finansialnya. Kemampuan finansial merupakan kemampuan seseorang mengelola uang yang ia peroleh melalui gaji atau lainnya yang menentukan seseorang tersebut berada ditaraf ekonomi mana dan mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Penetapan harga adalah salah satu hal utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat didunia bisnis.⁶

Dalam pelaksanaan ibadah haji, harga merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dalam membeli paket haji. Indonesia menyediakan penyelenggaraan haji melalui jalur reguler dan khusus. Penyelenggara haji reguler adalah melalui Kementerian Agama, sedangkan haji khusus melalui biro travel haji dibawah pengawasan Kementerian

5 Friani Gloria Igir, Johny R. E. Tampi, and Henny Taroreh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 6, no. 002 (2018), accessed October 6, 2022, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/19856>.

6 S. Widad Ahmad, "Dampak Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji-Umrah Di Pt Al Ikhlas Wisata Mandiri," *Jurnal Iqtisaduna* 5, no. 2 (December 8, 2019): 287–297.

Agama.7 Menurut data Kemenag RI, besaran BPIH Haji 2022 terkhusus Embarkasi Kota Surabaya adalah sebesar Rp. 42.586.009,00- untuk haji reguler, dan Rp. 84.447.844,5 untuk BPIH petugas haji daerah dan pembimbing KBIH.8 Besaran harga diatas dapat berubah pada setiap tahunnya. Harga memiliki kecenderungan dalam mempengaruhi jamaah pada proses pembelian produk haji, karena perbedaan yang cukup signifikan antara program haji reguler dengan program haji khusus, dimana harga yang dipatok untuk pelaksanaan haji khusus dua kali lipat daripada haji reguler, tentunya dengan harga mencapai dua kali lipat fasilitas yang ditawarkan jauh lebih baik. Namun, banyak jamaah haji Indonesia memilih menggunakan fasilitas haji reguler karena harga lebih terjangkau bagi kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Penelitian ini menggunakan variabel X berupa variabel waiting list sebagai variabel X1 dan variabel harga sebagai variabel X2, variabel Y yang digunakan yaitu variabel keputusan mendaftar haji. Waiting list memiliki indikator yang ditinjau melalui aspek yuridis, aspek sosiologis, dan aspek filosofis. Harga memiliki indikator berupa kesesuaian, daya saing, dan

7 Wahyu Utomo, "Mengupas Pendaftaran Haji Khusus Sesuai PMA 6 Tahun 2021," accessed October 6, 2022, <https://kemenag.go.id/read/mengupas-pendaftaran-haji-khusus-sesuai-pma-6-tahun-2021-nvpvj>.

8 Kementerian Agama, "Keppres BPIH 2022 Terbit, Ini Biaya Haji per Embarkasi," accessed October 19, 2022, <https://kemenag.go.id/read/keppres-bpih-2022-terbit-ini-biaya-haji-per-embarkasi-kvnaz>.

keterjangkauan harga. Sedangkan variabel Y merupakan variabel yang dipengaruhi, sehingga beberapa faktor yang mengantarkan konsumen kepada keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan indikator keputusan pembelian dirumuskan oleh Kotler dan Amstrong berupa pembelian yang dilakukan setelah konsumen mengetahui informasi mengenai produk, pembelian berdasarkan sesuatu yang mereka senangi, pembelian atas dasar rekomendasi orang lain, dan pembelian yang dilakukan sesuai kebutuhan konsumen. Dalam penelitian ini, indikator yang dipertimbangkan peneliti adalah pembelian atas dasar rekomendasi, pembelian atas dasar informasi yang cukup dan menarik, serta pembelian atas dasar kebutuhan pribadi konsumen.

Peneliti memilih variabel *waiting list* atau daftar tunggu sebagai variabel X1 dalam hal ini karena peneliti mengetahui isu terkini dan banyak menjadi problematika dikalangan masyarakat terutama masyarakat yang berniat melaksanakan ibadah mulia haji, yaitu problematika *waiting list*. Dimana penyelenggara haji telah melakukan upaya berupa penetapan kuota haji yang diberangkatkan sesuai nomor porsi, namu karena banyaknya minat haji sehingga terjadi problematika *waiting list* atau daftar tunggu. Peneliti berusaha mengetahui sejauh mana problematika ini mempengaruhi masyarakat yang pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk haji, padahal telah memahami bahwa terdapat daftar tunggu yang panjang dan lama sebelum diberangkatkan.

Variabel harga dipilih sebagai variabel X2 karena peneliti berminat mengetahui variabel harga dalam mempengaruhi keputusan jamaah membeli produk haji reguler. Harga menjadi aspek yang penting untuk dipertimbangkan karena menunjang jamaah melaksanakan ibadah haji. Peneliti mencari data yang akurat untuk melihat adanya pengaruh yang diberikan harga terhadap keputusan pembelian yang dilakukan jamaah haji.

Variabel penelitian dilakukan di tempat penyelenggaraan haji, kategori haji reguler, yaitu Kantor Kementerian Agama. Dalam hal ini, peneliti memilih Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya sebagai objek penelitian. Adapun sampel yang digunakan adalah jamaah haji yang telah mendaftar dan mendapatkan nomor porsi di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya. Perjalanan psikologis yang dialami jamaah haji sebelum mendaftar dan akhirnya memutuskan untuk mendaftar dan membeli porsi haji menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih sampel.

Hasil penelitian ini kedepannya dapat menjadi penguat teori mengenai keputusan pembelian terutama dalam hal pembelian produk haji maupun secara umum yang telah dikemukakan oleh banyak ahli sebelumnya. Dengan mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk haji, peneliti berkontribusi dalam hal penambahan literatur bacaan yang dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi peneliti kedepan. Dengan adanya penelitian ini, pembaca dapat membuktikan apakah teori yang dikemukakan dalam penelitian terdahulu terbukti atau sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki ketertarikan dalam meneliti yang dituangkan dalam judul “**Pengaruh Problematika *Waiting List* dan Harga Terhadap Keputusan Mendaftar Haji oleh Jamaah Haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah problematika *waiting list* berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya?
3. Seberapa besar nilai hubungan antara problematika *waiting list* dan harga terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya?

C. Tujuan

Melihat uraian permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk membuktikan ada atau tidak adanya pengaruh problematika *waiting list* terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

2. Untuk membuktikan ada atau tidak adanya pengaruh problematika harga terhadap keputusan pembelian mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh problematika waiting list dan harga terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini dirasakan melalui:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini telah menemukan hasil yang dapat membantu penulis dalam menemukan dan memperoleh pengetahuan baru selama menjalani masa perkuliahan, terutama saat melakukan penelitian lapangan, penulis dapat merasakan secara langsung kehidupan dunia kerja yang akan dilakukan kedepan. Penelitian ini memberikan persiapan penulis sebagai agent of change yang kedepannya akan terjun ke dalam dunia kerja. Disamping itu, penelitian ini menjadi sarana tambahan bacaan dan bahan informasi untuk mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menjadi salah satu jalan yang harus ditempuh penulis dalam upaya menyelesaikan pendidikan S1 di UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi bagi Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya dalam meningkatkan penjualan produk haji dengan menganalisis permasalahan seputar haji umroh terutama mengenai problematika waiting list dan harga dimata konsumen.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Widjono Hs merupakan pedoman peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian dengan memahami batasan-batasan pengertian atau makna. Definisi operasional mendeskripsikan karakteristik dari suatu yang sedang diamati. Berikut uraian definisi operasional:

1. Waiting List (X1)

Daftar tunggu merupakan waktu tunggu para calon jamaah haji mulai saat mendaftar sampai waktu berangkat.⁹ Kamus Coliins mendefinisikan *waiting list* sebagai sekumpulan orang yang menunggu sesuatu yang tidak segera diberikan, dan akan diberikan pada waktu yang

⁹ Qomarul Huda and Ilham Dwitama Haeba, "Haji, Istita'ah, and Waiting List Regulation in Indonesia," *Al-Adalah* 18, no. 2 (December 23, 2021): 193–212, accessed October 6, 2022, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/9903>.

telah disediakan. Membengkaknya minat umat Islam di Indonesia terhadap haji akan semakin memperpanjang *waiting list* keberangkatan, karena kurangnya kuota yang memenuhi dan memadai. Taraf ekonomi umat Islam dan kesadaran kewajiban berhaji merupakan salah satu penyebab dari banyaknya pendaftar haji yang berdampak pada panjangnya *waiting list* keberangkatan haji.¹⁰ *Waiting list* terjadi karena menumpuknya jamaah pendaftar haji, yang disebabkan oleh pelayanan pendaftaran haji yang selalu dibukaa setiap tahunnya. KH. Ma'ruf Amin mengatakan, bahwa menumpuknya jamaah haji yang menyebabkan *waiting list* panjang adalah karena Kantor Kementerian Agama membuka pendaftaran selama setahun penuh.¹¹

2. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan setelah memperoleh pelayanan maupu barang. Suatu perusahaan atau perorangan menentukan harga sebagai komponen utama dalam menstabilkan dan menaikkan posisi produk pada pasar. Definisi harga telah dikemukakan oleh para ahli. Philip Kotler mendefinisikan harga merupakan

10 Nida Farhan, "Problematika *Waiting List* Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Indonesia," *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 12 (March 20, 2017): 57.

11 Ibid.

penentu nilai atau *brand image* di posisi pasar, dan mengkomunikasikan kepada konsumen. Harga didefinisikan pula oleh Husein Umar dalam Rachman sebagai sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar konsumen untuk mendapat manfaat dari penggunaan produk atau jasa yang besarnya ditetapkan antara penjual dan pembeli melalui tawar-menawar atau ditetapkan langsung oleh penjual.¹² Tjiptono mendeskripsikan, bahwa harga dapat diungkapkan melalui berbagai istilah, seperti: tarif, sewa, iuran, tagihan, komisi, dan lain-lain.¹³ Harga dari suatu produk menentukan tinggi-rendahnya tingkat upah, sewa, laba, dan rugi suatu perusahaan.¹⁴

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan adalah suatu hasil akhir dari pengidentifikasian masalah, hingga sampai pada suatu kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi inilah yang sedikit banyak

12 Wahyu Nurul Faroh, "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 4, no. 2 (April 2, 2017), accessed October 7, 2022, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/500>.

13 Akrim Ashal Lubis, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 16, no. 2 (February 12, 2018), accessed October 7, 2022, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949>.

14 Supriadi M.E.I S. E. I., *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (GUEPEDIA, 2018).

mengantarkan pada suatu pembelian. Keputusan pembelian didefinisikan oleh Susanto dan Handayani sebagai suatu tahapan-tahapan yang dialami konsumen selama proses memilih untuk membeli suatu produk.¹⁵ Menurut Schiffman kanuk keputusan pembelian merupakan dua alternatif pilihan yang menghasilkan keputusan pembelian. Hal tersebut berarti dalam menentukan keputusan pembelian, seseorang harus memiliki dua atau lebih alternatif pilihan.¹⁶ Menurut Buchari Alma definisi keputusan pembelian adalah keputusan seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan proses yang menghasilkan suatu pembelian.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan susunan penulisan dalam penelitian. Penelitian yang dilakukan saat ini akan tersusun atas lima bab yang berisi mengenai pembahasan seputar penelitian. Lima bab yang disusun adalah sebagai berikut:

Bab I (Pendahuluan), dalam bab ini tersusun pembahasan mengenai latar belakang penelitian,

15 Nur Kholidah and Muhammad Arifiyanto, *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (Penerbit NEM, 2020).

16 Amelia Tjahjono, "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita," *Jurnal Strategi Pemasaran* 1, no. 2 (July 9, 2013): 1–9.

rumusan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat, dan definisi operasional.

Bab II (Kajian Teoritik), bab ini memaparkan mengenai teori-teori yang mendasari penelitian serta variabel yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kajian-kajian teori terkait variabel yang diteliti

Bab III (Metodologi Penelitian), dalam bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Berisi jenis dan pendekatan penelitian, variabel yang digunakan, lokasi penelitian, populasi, sample, dan teknik sampling, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV (Pembahasan Hasil Penelitian), peneliti menyuguhkan hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis pada bab ini. Data disajikan secara sistematis berdasarkan skema penelitian.

Bab V (Penutup), berisi hasil akhir penelitian yang berupa beberap paragraf kesimpulan, serta berisi saran, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi. Pada bab ini juga disajikan jawaban atas rumusan masalah yang diteliti

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah sistematika pembahasan berisi kumpulan dari beberapa penelitian yang memiliki variabel sama atau topik yang sama. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang dijadikan acuan melalui metode *literatur review*, dengan cara mencari *keyword* atau kata kunci melalui platform pencari jurnal dan artikel, kemudian membaca keseluruhan isi, dan dituangkan hasilnya pada pembahasan penelitian terdahulu. Dalam penelitian terdahulu hal yang menjadi pembahasan adalah persamaan dan perbedaan jurnal dengan penelitian saat ini dan hasil temuan pada jurnal. Penelitian terdahulu berperan sebagai bahan rujukan dan petunjuk dalam proses pelaksanaan mengenai penelitian yang dilakukan. Berikut rangkuman penelitian yang relevan dan digunakan oleh peneliti sebagai pendukung dalam melakukan penelitian:

1. Ahmad Noor Islahuddin dan Alva Yenica Nandavita¹⁷, dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Antrian Haji Terhadap Minat

17 Ahmad Noor Islahuddin, Alva Yenica Nandavita, “Pengaruh Antrian Haji Terhadap Minat Masyarakat Melaksanakan Ibadah Haji di Kota Metro”, *MULTAZAM: Jurnal Manajemen Haji dan Umroh*, Vol. 1 No.2, 2021.

Masyarakat Melaksanakan Ibadah Haji di Kota Metro” hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa minat haji masyarakat Kota Metro tetap tinggi meskipun terdapat antrian panjang dalam proses keberangkatan. Persamaan penelitian dengan penelitian saat ini terletak pada antrian haji yang bertindak sebagai variabel bebas (X) memiliki kesamaan dengan waiting list haji dalam penelitian saat ini yang bertindak pula sebagai variabel bebas (X). Namun, perbedaan terletak pada variabel terikat (Y), penelitian ini menggunakan minat haji sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan keputusan pembelian produk haji.

2. Faiz Junanda Setiawan dan Anton Eko Yulianto¹⁸, dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah PT. Odifa Jelajah Dunia”, hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa variabel citra merek, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket umroh. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan saat ini

18 Faiz Junanda Setiawan and Anton Eko Yulianto, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Pt Odifa Jelajah Dunia,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10, no. 10 (2021), accessed October 6, 2022, <http://jurnal.mahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4351>.

adalah terletak pada variabel bebas (X₂) berupa harga, dalam penelitian saat ini juga berupa harga dan terletak pada variabel terikat (Y) berupa keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan terletak pada variabel bebas (X) lainnya dan objek penelitian yang dipilih.

3. S. Widad Ahmad¹⁹ dengan penelitian berjudul Dampak Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji Umroh di PT. Al Ikhlas Wisata Mandiri. Penelitian ini menemukan hasil, bahwa lokasi dalam uji memiliki nilai p value sebesar 0.001 yang berarti lebih kecil daripada 0.05, maka lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paket haji dan umroh. Sedangkan harga memiliki nilai p value sebesar 0.663 yang berarti lebih besar daripada 0.05 artinya harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paket haji dan umroh. Penelitian ini memiliki persamaan topic dengan penelitian yang dilakukan saat ini, selain itu terdapat persamaan variabel independen yaitu harga serta variabel dependen berupa keputusan. Namun, perbedaan terletak pada variabel dependen yang lain serta objek penelitian.

¹⁹ S. Widad Ahmad, "Dampak Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji-Umrah Di Pt Al Ikhlas Wisata Mandiri," *Jurnal Iqtisaduna* 5, No. 2 (December 8, 2019): 287–297.

4. Nur Anim Jauhariyah, Ahmad Munawar, dan Mahmudah²⁰, dengan penelitian berjudul “Strategi Pemasaran Syariah dan *Waiting List* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT. BRI Syariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi”, penelitian ini menemukan hasil yang menunjukkan, bahwa variabel strategi pemasaran syariah (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y), dan tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *waiting list* (X2) terhadap variabel keputusan nasabah (Y). Persamaan kedua penelitian terletak pada salah satu variabel yaitu variabel *waiting list* (X2) dan variabel keputusan nasabah (Y). Kedua penelitian memiliki dua variabel X dan satu variabel Y. Perbedaan terletak pada variabel X1 dan objek penelitian serta topik penelitian yang digunakan.
5. Davin Joshua dan Meta Padmalia²¹, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk

²⁰ Nur Anim Jauhariyah, Ahmad Munawar, and Mahmudah Mahmudah, “Strategi Pemasaran Syariah Dan *Waiting List* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT BRISyariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi,” *Journal of Sharia Economics* 2, no. 1 (June 6, 2020): 74–92, accessed October 6, 2022, <http://journal.iaialhikmahutuban.ac.id/index.php/JSE/article/view/61>.

²¹ Davin Joshua and Metta Padmalia, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” (July 18, 2017), accessed October 6, 2022, <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1180>.

dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, dengan hasil yang menunjukkan, bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y). Persamaan kedua penelitian terletak pada variabel bebas (X) berupa harga dan variabel terikat berupa keputusan pembelian konsumen (Y). Namun perbedaan antara penelitian diatas dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada variabel bebas (X) yang lain, topik yang diteliti, serta objek yang dipilih dalam penelitian.

Penelitian terdahulu menjadi tolak ukur untuk peneliti agar dapat mengetahui langkah yang dilakukan dalam penelitian tepat atau kurang tepat, sehingga penelitian yang dilakukan terarah dan tersistem sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Penelitian terdahulu telah menunjukkan hasil yang mayoritas menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan, sedangkan mengenai variabel *waiting list* beberapa penelitian mengatakan, bahwa variabel *waiting list* tidak berpengaruh signifikan dengan variabel keputusan. Novelty atau kebaruan dari penelitian ini adalah peneliti berusaha meneliti mengenai variabel *waiting list* dan harga pada permasalahan pendaftaran haji. Dalam hal ini, diteliti besarnya pengaruh variabel *waiting list* dan harga terhadap keputusan mendaftar haji.

B. Kerangka Teori

1. *Waiting List* (Variabel Dependen (X1))

a. Pengertian *Waiting List*

Waiting list atau daftar tunggu keberangkatan haji adalah masa tunggu jamaah haji yang telah mendapatkan porsi haji untuk diberangkatkan ke Baitullah. Kamus Coliins mendefinisikan *waiting list* sebagai sekumpulan orang yang menunggu sesuatu yang tidak segera diberikan, dan akan diberikan pada waktu yang telah disediakan. Daftar tunggu (*waiting list*) Haji merupakan daftar jamaah haji yang telah mendaftar dan mendapatkan nomor porsi dan menunggu keberangkatan untuk menunaikan ibadah haji.²² Membengkaknya minat umat Islam di Indonesia terhadap haji akan semakin memperpanjang *waiting list* keberangkatan, karena kurangnya kuota yang memenuhi dan memadai. Menurut Heizer dan Render (dalam Mimi Kurnia Nengsih dkk) sistem antrian memiliki tiga komponen²³

²² E. Ernawati, "[Analisis Dampak Implementasi Produk Tabungan Haji Mabruur Terhadap Waiting List Ibadah Haji \(Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan \)](http://Repository.RadenIntan.Ac.Id/4492/)". (*Undergraduate, Uin RadenIntanLampung, 2018*). Accessed January 11, 2023. [Http://Repository.RadenIntan.Ac.Id/4492/](http://Repository.RadenIntan.Ac.Id/4492/).

²³ Mimi Kurnia Nengsih and Mimi Vera Yustanti, "Analisis Sistem Antrian Pelayanan Administrasi Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Padma lalita Muntilan," *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 1 (June 28, 2019): 68–78.

yang meliputi karakteristik kedatangan, disiplin antrian, fasilitas pelayanan. Displin dalam antrian merupakan aturan pelanggan yang ada dalam baris antri guna menerima pelayanan. Terstrukturnya pelayanan yang diberikan akan menertibkan pola antrian. Waiting list dalam haji disebabkan oleh terbatasnya kuota haji. Yusuf Al-Qaradhawi dalam Addithea juga menyinggung tentang kuota haji yang ditulis pada bukunya “Menjawab Masalah Haji Umroh & Qurban”. Penetapan kuota yang diberlakukan di negara-negara dimaksudkan untuk membendung keinginan umat Islam dalam melaksanakan ibadah haji. Jika tidak, niscaya jama’ah haji akan bertambah ramai dan penuh sesak. Apabila tidak dibatasi, akan terstruktur dan dalam menjalankan ibadah seorang jamaah merasa aman dan nyaman.²⁴

b. Dimensi *Waiting List*

Indikator variabel *waiting list* dapat dilihat adalah sebagai berikut:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²⁴ Addithea Mahfuzh Naufal, “Perubahan persepsi masyarakat terhadap Istitho’ah Haji pasca kebijakan antrean Haji: Studi Kasus di Desa Donowarih Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang” (undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018), accessed January 11, 2023, <http://etheses.uin-malang.ac.id/12414/>.

1) Aspek Yuridis

Waiting list haji terjadi akibat pembatasan kuota yang ditetapkan pemerintah Arab Saudi, setelah dua tahun masa pandemi Covid-19, Indonesia kembali memperoleh kuota haji sebesar 100.051 orang pada tahun 2022. Selain pembatasan kuota, *waiting list* disebabkan oleh faktor lain²⁵, yaitu tidak melunasi BPIH, tidak dapat berangkat pada tahun tersebut. Dalam pelayanan dan mekanisme pelayanan ibadah haji terdapat aspek yuridis, aspek yuridis adalah segala hal yang diatur dan disahkan oleh pemerintah. Aspek yuridis *waiting list* telah tertuang dan bersatu dalam Undang-undang nomor 8 tahun 2019 mengenai haji dan umroh. Dalam undang-undang tersebut telah dijelaskan mekanisme pelaksanaan ibadah haji serta daftar tunggu keberangkatan.

2) Aspek Sosiologis

Aspek sosiologis adalah aspek yang sejalan dengan nilai budaya yang berkembang dimasyarakat. Dalam hal

25 Letezia Tobing M.Kn S. H., "Ini Aturan Mengenai Waiting List Pemberangkatan Jemaah Haji - Klinik Hukumonline," *hukumonline.com*, accessed October 17, 2022, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ini-aturan-mengenai-iwaiting-list-i-pemberangkatan-jemaah-haji-lt5397cebf4a725>.

waiting list, aspek sosiologis turut serta menjadi penyebab seseorang terdorong untuk mendaftar haji. Meningkatnya minat haji masyarakat menjadikan panjangnya daftar tunggu haji, serta kurang sadarnya masyarakat, bahwa kewajiban berhaji hanya satu kali seumur hidup. Sehingga masih banyak terjadinya mendaftar ulang setelah keberangkatan sebelumnya. Aspek sosiologis kerap ditemui dalam wujud orang yang berkeinginan naik haji termotivasi salah satunya oleh efek perubahan status sosial dari masyarakat biasa ke kelompok elite terhormat.²⁶ Hal tersebut dapat menjadi salah satu alasan seseorang berlomba-lomba mendaftar haji sehingga daftar tunggu keberangkatan haji semakin panjang dan membeludak. Haji yang berkembang di Indonesia mengikuti budaya yang berkembang di Indonesia pula. Menurut teori sosiologi bahwa seseorang yang memahami haji pada tingkat kesalahan ritual maka belumlah sempurna secara komprehensif, tetapi ia harus memahami

²⁶ Masdar Hilmy, "Ibadah dan Pamrih Sosiologis," *Arrahim.ID*, September 15, 2020, accessed January 11, 2023, <https://arrahim.id/mh/ibadah-dan-pamrih-sosiologis/>.

dan menangkap makna yang terdalam daripada haji yang ia telah lakukanya.²⁷

3) Aspek Filosofis

Aspek yang dilandasi oleh kesadaran falsafah dan pandangan hidup yang berdasarakan pedoman yang berlaku, seperti Pancasila, UUD 1945.²⁸ Dan dalam Islam adalah Al-Qur'an dan Hadist. Tingkat kesadaran umat muslim akan ibadah haji menjadikan banyaknya pendaftar yang menyebabkan terjadinya antrean haji atau *waiting list* haji. Setiap tahunnya akan bertambah dikarekan pendaftaran haji dibuka setiap tahun tanpa pembatasan kuota pendaftar, sedangkan keberangkatan di batasi oleh kuota.

c. Waiting List dalam Perspektif Islam

Membeludaknya calon jamaah haji yang mendaftar menyebabkan meningkatnya jumlah *waiting list* atau daftar tunggu haji. Hal ini menjadi problematika dalam regulasi pelaksanaan haji di Indonesia. Tingkat

²⁷ Sri Marlina, "Haji Budaya dan Budaya Haji", Journal Uin Alaudin Makassar, Vol.9 No.2, 2014, 50.

²⁸ Valerie Augustine Budianto S.H, "Arti Landasan Filosofis, Sosiologis, dan Yuridis - Klinik Hukumonline," *hukumonline.com*, accessed October 18, 2022, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-landasan-filosofis--sosiologis--dan-yuridis-lt59394de7562ff>.

kesadaran beragama tentang ibadah haji mulai meningkat di kalangan muslim terutama di Indonesia menyebabkan banyaknya pendaftar yang rela mengantri berpuluh-puluh tahun demi terlaksana ibadah ke tanah suci. Namun, tidak sedikit yang kurang menyadari, bahwa kewajiban berhaji hanya satu kali, karena banyak yang berulang-ulang mendaftar dan menyebabkan panjangnya daftar tunggu.

Dalam Islam kewajiban berhaji hanya satu kali yang dituangkan dalam Hadist Riwayat Abu Daud, Ibnu Majjah, An-Nasai, dan Ahmad dalam Muhammad Abduh Tuasikal²⁹, yang artinya:

“Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam pernah berkhotbah di hadapan kami dan berkata, “Allah telah mewajibkan haji pada kalian.” Lantas Al Aqro’ bin Habis, ia berkata, “Apakah haji tersebut wajib setiap tahun?” Beliau berkata, “Seandainya iya, maka akan kukatakan wajib (setiap tahun). Namun haji cuma wajib sekali. Siapa yang lebih dari sekali, maka itu hanyalah haji yang sunnah.”

Dikeluarkan oleh yang lima selain Imam Tirmidzi. (HR. Abu Daud no. 1721, Ibnu Majjah no. 2886, An Nasai no. 2621, Ahmad 5: 331. Al Hafizh Abu Thohir mengatakan bahwa hadits ini shahih)

²⁹ Muhammad Abduh Tuasikal MSc, “Haji Cuma Wajib Sekali Seumur Hidup,” *Muslim.or.id*, last modified September 29, 2013, accessed October 18, 2022, <https://muslim.or.id/18374-haji-wajib-sekali-seumur-hidup.html>.

2. Harga (Variabel Dependen (X2))

a. Pengertian Harga

Tjiptono dalam Andre Henri Slat mendeskripsikan, bahwa harga dapat diungkapkan melalui berbagai istilah, seperti: tarif, sewa, iuran, tagihan, komisi, dan lain-lain. Murti dan Soeprihanto mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang dan beberapa produk jika mungkin, yang digunakan untuk memperoleh sebuah barang dan pelayanan.³⁰ Harga didefinisikan pula oleh Husein Umar dalam Rachman sebagai sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar konsumen untuk mendapat manfaat dari penggunaan produk atau jasa yang besarnya ditetapkan antara penjual dan pembeli melalui tawar menawar atau ditetapkan langsung oleh penjual. Harga merupakan kelihaihan bernegoisasi antara penjual dan pembeli dalam memperoleh harga yang disepakati, sehingga tidak menyebabkan kerugian satu sama lain. ³¹

b. Dimensi Harga

30 Andre Henri Slat, "Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 3 (May 7, 2013), accessed October 17, 2022, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638>.

31 Iful Anwar and Budhi Satrio, "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4, no. 12 (2015), accessed October 17, 2022, <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>.

Variable harga memiliki indikator yang disebutkan dibawah ini:

1) Kesesuaian Harga

Fure dalam penelitian Sucianto dkk mengatakan beberapa indikator dalam mengukur harga adalah kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan persepsi, dan kesesuaian harga dengan kebutuhan.³² Menurut Simamora dalam Prabu Setyo Ramadhani harga dikatakan sesuai apabila dilihat melalui beberapa hal dibawah ini³³:

- a) Kesesuaian harga dengan keadalan produk
- b) Kesesuaian harga dengan daya tahan masa produk
- c) Kesesuaian harga dengan presisi produk
- d) Kesesuaian harga dengan kemudahan penggunaan

32 Jonner Lumban Gaol, "Pengaruh Kesesuaian Harga Terhadap Pembelian Konsumen Pada Pt Jba Cabang Medan," *Jurnal Global Manajemen* 9, no. 2 (June 5, 2021): 144–157.

33 Prabu Setyo Ramadhani, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA HELM MEREK GM DI PURWOREJO," *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 11, no. 2B (July 3, 2015), accessed October 17, 2022, <http://ejournal.lumpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/3970>.

e) Kepuasan dengan harga produk

2) Potongan Harga atau Diskon

Potongan harga merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga tetap sebelumnya demi menciptakan peningkatan penjualan produk. Menurut Boyd, Walker, dan Larrenche potongan harga merupakan dorongan kepada pelanggan untuk melakukan pembelian dengan memberikan pengurangan harga. Sutisna memaparkan tujuan pemberian diskon sebagai daya ikat untuk pembeli agar melakukan pembelian dalam jumlah besar dengan rentang waktu kontan atau pendek. Kotler dan Armstrong dalam Aria menyebutkan bentuk potongan harga, yaitu diskon cash, diskon kuantitas, serta diskon fungsional.³⁴

3) Keterjangkauan

Kotler dan Armstrong dalam Giovanni mendefinisikan keterjangkauan harga

34 Aria Ahmad Pradana and Retno Yustini Wahyuningdyah, "Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan Dalam Toko Dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid Di Kota Semarang," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)* 2, no. 1 (July 30, 2019): 47–75, accessed October 18, 2022, <http://journal.unika.ac.id/index.php/jemap/article/view/2099>.

sebagai sesuatu yang diukur secara relative yang memberikan kemampuan konsumen dalam membeli suatu produk. Harga dikatakan terjangkau apabila harga telah memenuhi *service cost*, *competitive cost*, dan *optimum cost*.³⁵ *Service cost* adalah harga minimum yang diberikan kepada konsumen, *competitive cost* adalah harga bersaing, dan *optimum cost* adalah kumpulan harga tertinggi dan terendah. Keterjangkauan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Harga Dalam Perspektif Islam

Islam merupakan agama yang sangat jeli dalam memperhatikan hal seputar harga. Cara penetapan harga juga diatur dalam syariat Islam. Menurut sebagian Ulama' harga tidak diperbolehkan ditentukan oleh Negara maupun pemimpin. Hal tersebut merujuk pada Hadist yang diriwayatkan enam imam hadist (kecuali Imam Nasa'i) yang artinya:

“Manusia berkata saat itu, „Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami“. Rasulullah

35 Giovanni Adrian Santoso and Innocentius Bernarto, “Pengaruh Waktu Tunggu Yang Singkat, Keterjangkauan Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Gigi Cdc,” *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 9, no. 1 (April 6, 2022), accessed October 18, 2022, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/39059>.

SAW bersabda: „Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku Dimana salah seorang di antara kalian tidak menuntunku karena kezaliman dalam hal darah dan harta”

Rasulullah SAW menolak menetapkan harga karena menghindari kedzhaliman, sehingga penetapan harga dalam Islam disesuaikan dengan Maqasidus Syariah yaitu mengutamakan kemaslahatan umat dan menghindarkan daripada kerusakan.³⁶

Ibnu Taimiyah dalam Khodijak Ishak menyatakan, bahwa besaran kenaikan harga atau penurunan harga bergantung pada besarnya permintaan dan penawaran. Hadist dan pendapat ulama’ diperkuat oleh Al-Qur’an Surat An-Nisa’ Ayat 29.37, yang berbunyi:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ

36 Supriadi Muslimin, Zainab Zainab, and Wardah Jafar, “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam,” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (January 17, 2020): 1–11, accessed October 17, 2022, <http://ejournal.staialazhar.ac.id/index.php/ajie/article/view/30>.

37 Khodijah Ishak, “Penetapan Harga Ditinjau dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol.6 No.1 (2017), 43.

تَكُونُ تِجْرَةً عَنِ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَجِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”³⁸

3. Keputusan Mendaftar Haji (Variabel Independen (Y))

a. Pengertian Keputusan Mendaftar

Keputusan pembelian adalah kegiatan konsumen berupa pengambilan tindakan dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Sangadji dan Sopiah dalam Made dkk mendefinisikan keputusan pembelian sebagai langkah konsumen dalam memecahkan permasalahan terkait kebutuhan

³⁸ [“Tafsir Ibnu Katsir 30 Juz Rar.” Google Docs, accessed January 11, 2023, https://drive.google.com/file/d/0B_CR_A8OewYaXzhUOkVNVFhzRjA/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.](https://drive.google.com/file/d/0B_CR_A8OewYaXzhUOkVNVFhzRjA/view?usp=sharing&usp=embed_facebook)

hidupnya.³⁹ Pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen didasari oleh kesadaran dalam pemenuhan kebutuhan.⁴⁰ Menurut Schiffman Kanuk dalam Perilaku Konsumen oleh Sri Hastutik dkk keputusan pembelian merupakan dua alternatif pilihan yang menghasilkan keputusan pembelian. Hal tersebut berarti dalam menentukan keputusan pembelian, seseorang harus memiliki dua atau lebih alternatif pilihan. Lamb, Hair, dan Mc Daniel menjelaskan tahap dalam pengambilan keputusan adalah pengenalan masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif, saat pembelian, dan pasca pembelian. Keputusan mendaftar haji merupakan suatu pilihan final seseorang yang telah melewati berbagai proses psikologi yang pada akhirnya menjadikan seseorang tersebut memantapkan pilihan untuk mendaftar haji. Keputusan mendaftar saja sama halnya keputusan seseorang melakukan pembelian produk berupa paket haji dengan cara mendaftarkan diri dan membayar sejumlah harga yang telah ditetapkan.

39 Made Pasmil Yuliani and I, Nengah Suarmanayasa, "Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia," *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 2 (2021): 146–154, accessed October 18, 2022, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/31539>.

40 Muangsal, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 5, no. 2 (December 20, 2019): 25–39, accessed October 18, 2022, <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/247>.

b. Faktor-faktor Keputusan Pembelian

Faktor yang mempengaruhi keputusan menurut Kotler dalam Dian adalah sebagai berikut:

1) Faktor pribadi dan psikologis

Faktor psikologis muncul dari dalam diri seorang konsumen yang menentukan bagaimana individu mampu berinteraksi dengan lingkungan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian, semakin tinggi faktor psikologi mempengaruhi seseorang maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Faktor psikologis meliputi motivasi, sikap, dan persepsi seseorang.⁴¹ Faktor psikologi meliputi proses individu menerima informasi mengenai produk yang mana informasi tersebut melengkapi pengetahuannya.

2) Faktor budaya

Menurut Mangkunegara kebudayaan merupakan hasil proses belajar manusia yang menghasilkan pola dan menunjukkan kesamaan atau perbedaan tertentu. Faktor budaya

41 13133200081 Dian Anggra ini Puspitorini, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Café D'Srupat-Sruput Di Kota Wates)," *Prodi Manajemen UPY* (2017), accessed October 18, 2022, <http://repository.upy.ac.id/1295/>.

merupakan kebangsaan, agama, ras, dan wilayah geografis.⁴² Dalam mengambil keputusan pembelian faktor budaya berpengaruh dalam hal budaya memiliki peran yang penting dalam kehidupan seseorang. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan cenderung menggunakan pertimbangan budaya sebagai dasar pengambilan keputusan.

3) Faktor sosial

Faktor sosial didefinisikan Lamb sebagai interaksi sosial antara konsumen dengan kelompok tertentu seperti keluarga, organisasi, dan masyarakat. Sedangkan menurut Shiffman dan Wisenblit dalam Silvana suatu pengaruh yang diberikan oleh sekelompok orang atau lingkungan yang berdampak positif maupun negatif terhadap perilaku seseorang.⁴³ Faktor sosial disimpulkan dapat mempengaruhi keputusan

42 Andi Muhammad Irwan, “Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar),” *Forecasting : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 2 (December 11, 2019): 164–176.

43 Silvana Athaya Thifany, Corry Yohana, and Basrah Sa idani, “Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Langgan Provider Musik,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan - JBMK* 2, no. 2 (November 9, 2021): 510–523, accessed October 18, 2022, <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/318>.

pembelian seorang konsumen dengan melalui lingkungan terdekatnya, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan keluarga.

c. Dimensi Keputusan Mendaftar Haji

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Dedhy Pradana dkk⁴⁴ indikator keputusan pembelian adalah:

1) Kemantapan Konsumen

Kemantapan konsumen menurut Kotler merupakan keyakinan terhadap sebuah produk, bahwa produk tersebut sesuai dengan kriteria yang diinginkan dan dipercaya dapat memenuhi kebutuhan. Kemantapan pembelian mayoritas dilakukan ketika kriteria barang telah memenuhi apa yang dibutuhkan. Keputusan pembelian diambil ketika konsumen merasa mantap dan yakin akan

⁴⁴ Dedhy Pradana, Syarifah Hudayah, and Rahmawati Rahmawati, "Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRANDIMAGE terhadap keputusan pembelian motor," *KINERJA* 14, no. 1 (January 9, 2018): 16, accessed January 12, 2023, <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/2445>.

membeli produk tersebut setelah melewati serangkaian tahapan.

2) Rekomendasi dari orang lain

Rekomendasi dapat diperoleh melalui banyak cara, salah satunya melalui Word Of Mouth, kekuatan word of mouth dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli suatu barang. Word of mouth tidak hanya disebarluaskan dari mulut ke mulut, namun dapat melalui media sosial, pamflet, gambar, maupun testimoni. Word of mouth didasari oleh pengalaman seseorang dalam melakukan pembelian sehingga tingkat kepuasan akan suatu produk akan lebih tinggi dan terpercaya.⁴⁵

3) Kebutuhan Konsumen

Menurut Alexander dan Wahjudi dalam Moh. Rifai kebutuhan adalah sesuatu yang harus dipenuhi untuk mempertahankan dan mendapatkan tingkat kepuasan paling

45 Muhammad Abduh Tuasikal MSc, "Haji Cuma Wajib Sekali Seumur Hidup," *Muslim.or.id*, last modified September 29, 2013, accessed October 18, 2022, <https://muslim.or.id/18374-haji-wajib-sekali-seumur-hidup.html>. Kiki Joesyiana, "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)", *Jurnal Valuta*, Vol.4 No.1, 72.

tinggi.46 Keputusan pembelian dilakukan karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Konsumen melakukan pembelian salah satunya atas dasar pemenuhan kebutuhan.

d. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam

Dalam pengetahuan Ilmiah, terdapat tahap-tahap yang harus dilalui individu dalam mengambil keputusan yang tepat, mulai dari pengidentifikasian masalah, hingga pada akhirnya mampu mencapai kemantapan dalam mengambil keputusan. Islam pula memiliki cara yang harus dilewati saat akan mengambil keputusan, dalam hal apapun. Surat Al-Ankabut ayat 2-3 yang berbunyi47:

أَحْسِبَ النَّاسَ أَنْ يَبْرُكُوا أَنْ يَقُولُوا ءَامَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ
وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِينَ

Artinya: “Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan (saja) mengatakan: ‘Kami

46 Moh Rifa’i, “ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN OMSET USAHA RITEL,” *IZZI: JURNAL EKONOMI ISLAM* 1, no. 1 (January 30, 2021): 28–41, accessed October 18, 2022,

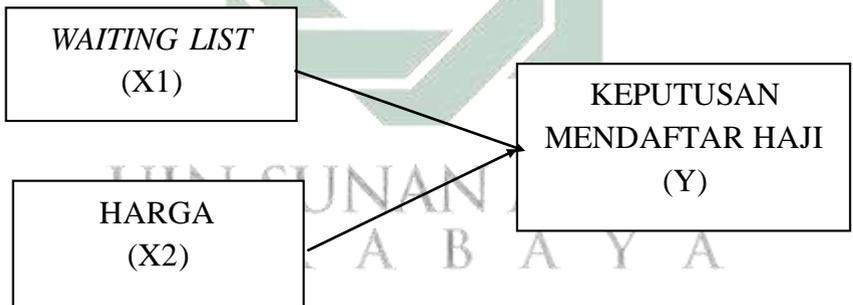
<http://jurnal.stebibama.ac.id/index.php/IZZI/article/view/18>.

47 “ANALISA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PERSPEKTIF ILMIAH DAN ISLAM,” *Jurusan Teknik Industri*, January 18, 2018, accessed October 18, 2022, <https://industrial.uii.ac.id/analisa-pengambilan-keputusan-dalam-perspektif-ilmiah-dan-islam/>.

telah beriman’, sedang mereka tidak diuji lagi? Dan sesungguhnya kami telah menguji orang-orang yang sebelum mereka, maka sesungguhnya Allah mengetahui orang-orang yang benar dan sesungguhnya Dia mengetahui orang-orang yang dusta.”⁴⁸

Pesan dalam ayat tersebut berarti segala apa yang akan kita putuskan, maka kembalikan semua pada Allah SWT, karena Allah adalah sebaik-baiknya penemu solusi. Proses mengambil keputusan tentu mengalami banyak perseteruan dan perbedaan, namun dalam Islam tetap dianjurkan untuk berlaku lemah lembut terhadap lawan. Maka dari itu, pada agama Islam diajarkan mencari solusi dengan kepala dingin dan menyerahkan semua kepada Allah SWT.

C. Paradigma Penelitian



⁴⁸ “Ta fsiir Al-Mishbah Jilid 10 -Dr. M. Quraish Shihab-Pages-Deleted.Pdf,” *Google Docs*, accessed January 11, 2023, https://drive.google.com/file/d/1ZG1MwgKH7sGCOwkR-7gn-5PeLaafgpKd/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka teori diatas, variabel *waiting list* (X1), variabel harga (X2), dan variabel keputusan mendaftar haji (Y), hipotesis yang diuji dalam penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H1 : *Waiting list* berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

H0 : *Waiting list* tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh calon jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

2. Hipotesis 2

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

H0 : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

3. Hipotesis 3

H1: *Waiting List* dan Harga berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh

jamaah haji di Kantor Kementerian Agama
Kota Surabaya

H0: Waiting List dan Harga tidak
berpengaruh terhadap keputusan mendaftar
haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian
Agama Kota Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini menjelaskan tentang terdapat atau tidaknya pengaruh antara *waiting list* dan harga terhadap keputusan mendaftar haji para jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Cresswell berpendapat, bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang menguji teori dengan cara mengetahui adanya hubungan antar variabel satu dengan yang lainnya yang diukur melalui instrumen dan dianalisis melalui uji statistik.⁴⁹ Metode penelitian kuantitatif memiliki asumsi dasar yang diungkapkan oleh Prasetyo dan Jannah, bahwa dalam melakukan penelitian ilmu sosial paling tidak memiliki dua pendekatan mulai dari permasalahan sampai menarik kesimpulan, lebih lanjut dijelaskan bahwa asumsi dasar penelitian kuantitatif bertolak belakang dengan penelitian kualitatif.⁵⁰ Peneliti memilih pendekatan kuantitatif karena ingin

49 Mohammad Mulyadi, "PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (2011): 128–137, accessed October 6, 2022, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/150106>.

50 Adhi Kusumastuti Ph.D et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2020).

mengetahui dan membuktikan teori-teori yang telah dikemukakan sebelumnya. Penelitian ditujukan untuk menguji hipotesis yang telah disusun untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif adalah penelitian yang menggunakan dugaan mengenai ada atau tidak pengaruh yang terjadi antara satu variabel dengan variabel yang lain. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh variabel *waiting list* dan harga terhadap variabel keputusan mendaftar haji.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian didefinisikan oleh Hamid Darmadi sebagai tempat yang dipergunakan sebagai jalan dalam mendapatkan pemecahan masalah suatu penelitian. Penelitian ini memilih Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian, dan sarana dalam mengumpulkan data-data, khususnya pada bagian bidang penyelenggaraan haji dan umroh. Fokus pendidikan peneliti dan fokus penelitian adalah mengenai haji dan umroh, sehingga peneliti memilih lokasi ini sebagai lokasi penelitian. Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya terletak di Jl. Masjid Agung Tim. No.4, Gayungan, Kec. Gayungan, Kota SBY, Jawa Timur, 60234.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

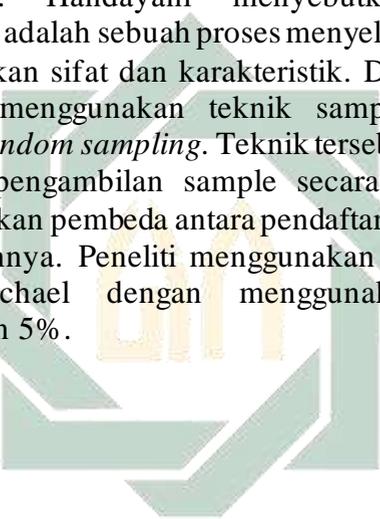
1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan komponen yang memiliki ciri khas umum dan diminati peneliti untuk dijadikan objek atau sasaran penelitian. Malhotra mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan elemen yang digunakan untuk menarik beberapa kesimpulan.⁵¹ Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan merupakan populasi Homogen. Populasi homogen adalah jumlah keseluruhan anggota atau individu yang menjadi bagian dari populasi dengan karakteristik yang relatif sama dan tidak terdapat perbedaan yang teridentifikasi. Penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan para jamaah haji yang mendaftar dan telah mendapatkan nomor porsi pada bulan awal sampai pertengahan bulan Oktober tahun 2022, yang berjumlah 80 orang sebagai populasi. Jamaah haji yang telah mendaftar dan mendapatkan nomor porsi dipilih sebagai responden dalam penelitian dengan tujuan peneliti ingin mengetahui proses-proses berpikir jamaah haji sebelum melakukan pendaftaran haji, apakah waiting list dan harga merupakan pertimbangan yang mereka pikirkan sebelum mendaftar haji atau tidak.

51 Amirullah, "POPULASI DAN SAMPEL," in *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (Malang: Bayumedia Publisher, 2017), accessed October 11, 2022, <https://zenodo.org/record/825326>.

2. Sample

Sample adalah karakteristik khusus yang dimiliki populasi yang berfungsi memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Pengambilan sample harus menggunakan cara tertentu yang dipertimbangkan. Teknik atau cara yang digunakan untuk mengambil sample disebut sampling. Handayani menyebutkan, bahwa sampling adalah sebuah proses menyeleksi populasi berdasarkan sifat dan karakteristik. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik sampling berupa *simple random sampling*. Teknik tersebut dilakukan dengan pengambilan sample secara acak, tidak memberikan pembeda antara pendaftar satu dengan yang lainnya. Peneliti menggunakan rumus Issac dan Michael dengan menggunakan tingkat kesalahan 5%.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Konsep-konsep

Tabel 1.2 Penentuan jumlah sampel dari Issac

N	s			N	T
	1%	5%	10%		
10	10	10	10	280	1
15	15	14	14	290	2
20	19	19	19	300	2
25	24	23	23	320	2
30	29	28	27	340	2
35	33	32	31	360	2
40	38	36	35	380	2
45	42	40	39	400	2
50	47	44	42	420	2
55	51	48	46	440	2
60	55	51	49	460	2
65	59	55	53	480	2
70	63	58	56	500	2
75	67	62	59	550	3
80	71	65	62	600	3
85	75	68	65	650	3
90	79	72	68	700	3
95	83	75	71	750	3
100	87	78	73	800	3

Gambar 3. 1 Tabel Rumus Isacc dan Michael

Menurut tabel Issac Michael diatas, maka responden yang digunakan sekitar 65 orang dengan taraf signifikansi 5%.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang digunakan sebagai sasaran dalam penelitian, variabel merupakan hal yang sangat penting dalam

penelitian, karena kesalahan menentukan variabel dapat mempengaruhi tujuan penelitian.⁵² Menurut Sugiyono variabel adalah variasi atribut atau nilai sifat suatu hal yang digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan penelitian. Berikut variable-variabel yang akan digunakan sebagai instrument penelitian:

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Waiting List (X1)	1. Aspek Yuridis	1. Legalitas Hukum 2. Kejelasan Undang-Undang 3. Perlindungan Hukum
	2. Aspek Sosiologis	1. Aspek Sosial 2. Aspek Moral 3. Aspek Ekonomi
	3. Aspek Filosofis	1. Pandangan Hidup Mengenai

⁵² SangkotNasution, “VARIABEL PENELITIAN,” *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 2 (November 10, 2017), accessed October 12, 2022, <http://jurnal.tarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>.

		<p>Haji</p> <p>2. Kesadaran Mendaftar Haji</p> <p>3. Kesiadaan Menunggu Antrian</p>
Harga (X2)	1. Kesesuaian	<p>2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk atau Pelayanan</p> <p>3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat</p> <p>4. Kesesuaian Harga dengan Pelayanan</p>
	2. Potongan atau Diskon	<p>1. Besaran Potongan</p> <p>2. Masa Berlaku Potongan</p> <p>3. Jenis Produk atau Layanan yang Memperoleh Potongan</p>
	3. Keterjangkauan	<p>1. Harga sesuai dengan keuangan</p>

		<p>konsumen</p> <p>2. Harga dapat dijangkau ketika kemungkinan terjadi pembelian ulang</p>
	<p>1. Kemantapan Konsumen dalam Melakukan Pembelian</p>	<p>1. Kualitas Informasi yang dapat meyakinkan konsumen</p> <p>2. Sumber Informasi Mengenai Produk Terpercaya</p> <p>3. Keandalan Produk di Mata Masyarakat</p>
Keputusan Mendaftar Haji(Y)	2. Rekomendasi	<p>1. Testimoni Positif</p> <p>2. Sumber Terpercaya</p> <p>3. Ketertarikan</p>

	Konsumen dengan Produk
3. Kebutuhan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan Pribadi 2. Kebutuhan Sosial

E. Tahap-tahap Penelitian

1. Tahap Pra Penelitian

Tahap ini terletak sebelum peneliti terjun langsung ke lapangan penelitian. Tahap pra lapangan terdiri atas:

1) Mencari permasalahan penelitian

Sebelum melakukan penelitian langsung ke lapangan, peneliti hendaknya menentukan terlebih dahulu permasalahan yang akan diangkat dan diteliti dalam penelitian. Permasalahan merupakan pembeda antara penelitian satu dengan yang lainnya.

2) Menyusun Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah proposal penelitian yang tersusun atas latar belakang, permasalahan

yang diangkat, teori yang menjadi landasan penelitian, objek penelitian, dan metode penelitian yang akan digunakan.

- 3) Menentukan lokasi atau objek penelitian
Setiap penelitian yang dilakukan memerlukan tempat yang menjadi objek penelitian. Objek dipilih sesuai dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Berhubungan dengan hal tersebut peneliti memilih Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya sebagai tempat atau objek penelitian.
- 4) Mempersiapkan Surat Izin Penelitian
Surat izin dalam penelitian merupakan suatu hal yang penting dan sangat diperlukan. Ketika ingin melakukan penelitian seseorang harus mempersiapkan surat izin dengan matang dan benar, agar memperlihatkan kesan yang resmi mengenai penelitian. Penelitian yang ditujukan sebagai sarana menunjang penulisan skripsi yang dilakukan peneliti saat ini membutuhkan izin yang diterbitkan oleh Fakultas, tepatnya oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Kemudian peneliti mengajukan surat izin yang ditujukan untuk Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya sebagai objek penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Tahap ini adalah tahap inti dan terpenting dalam penelitian, dimana peneliti perlu mengerti keadaan dan kondisi objek saat penelitian berlangsung, mampu menempatkan diri dan menyesuaikan diri dengan pantas dan baik. Selama proses penelitian, peneliti

mengumpulkan data-data sesuai metode yang digunakan.

3. Tahap Pengolahan Data

Penelitian telah memperoleh data-data yang kemudian diolah oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS dan disajikan melalui laporan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses memperoleh data-data yang ingin dituju oleh peneliti, digunakan teknik-teknik dalam pengumpulannya, berikut teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti:

1. Angket atau Kuisisioner

Menurut Sugiyono angket atau kuisisioner didefinisikan sebagai cara peneliti mengumpulkan data-data penelitian dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan jawaban.⁵³ Pada penelitian ini, angket atau kuisisioner merupakan teknik utama dalam mengumpulkan data, angket disajikan dalam bentuk skala likert. Sajian pertanyaan dalam bentuk skala likert disuguhkan per indikator variabel untuk

53 Nina Shabrina, Darmadi Darmadi, and Ratna Sari, "Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora* 3, no. 2 (September 8, 2020): 164–173, accessed October 11, 2022, <http://www.jurnalmadani.org/index.php/madani/article/view/108>.

mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang. Responden hanya perlu mencoret atau mencentang pada kolom jawaban yang tersedia.

2. Dokumentasi

Arikunto mendefinisikan dokumentasi sebagai upaya dalam mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal berupa transkrip, foto, video, arsip, catatan, agenda, dan lain sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti fisik mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan untuk memperkuat data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Dokumentasi yang dibutuhkan berupa foto struktur organisasi, foto anggota organisasi, arsip-arsip dan catatan organisasi yang berhubungan dengan struktur organisasi, dan lain sebagainya. Menunjang hal tersebut, peneliti menyediakan alat bantu dokumentasi berupa kamera, alat tulis, dan buku catatan.

G. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk mengamati ketepatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya. Uji validitas

didefinisikan Azwar dalam Bud Widodo sebagai suatu tes atau uji yang menggunakan instrument sebagai alat ukur dengan ketentuan instrument tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya sesuai dengan maksud diadakannya pengukuran tersebut.⁵⁴ Instrument pengukur dinyatakan valid apabila memiliki kecermatan tinggi dalam menjalankan fungsi ukurnya. Namun, jika sebaliknya maka dikatakan, bahwa instrument pengukuran tersebut memiliki tingkat validitas rendah.

Uji validitas yang diterapkan dalam penelitian ini adalah uji validitas korelasi *productmoment*. Uji validitas memiliki dasar ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila r hitung \geq (lebih dari sama dengan) r table, memiliki taraf signifikansi 0,05, instrument dinyatakan akurat (valid)
- 2) Apabila r hitung \leq r table dengan taraf signifikansi 0,05, maka instrument dinyatakan tidak akurat (tidak valid).

Penelitian ini menguji validitas instrumen pertanyaan yang diajukan kepada responden menggunakan Program *Statistical Package For Social Science (SPSS) versi 20* melalui Windows dengan patern *correlation*

54 Prasetyo Budi Widodo, "Reliabilitas Dan Validitas Kosntruk Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia," *Jumal Psikologi* 3, no. 1 (2006): 1–9, accessed December 22, 2022, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/686>.

bivariate pearson (korelasi product moment). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 65 orang dengan taraf signifikansi 0,05, maka jumlah *r product moment* yang diperoleh adalah 0,244.

Hasil uji validitas yang diperoleh melalui *Statistical Package For Social Science (SPSS) versi 20* disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas pada *Waiting List (X1)*
Tabel 3.2 Hasil Validitas *Waiting List*

No	Item Pertanyaan	Tabel Pearson Correlati on	r Tab el	Keterang an
1.	X1.1	0,798	0,24 4	Valid
2.	X1.2	0,811	0,24 4	Valid
3.	X1.3	-0,83	0,24 4	Tidak Valid
4.	X1.4	-0,134	0,24 4	Tidak Valid
5.	X1.5	0,401	0,24 4	Valid
6.	X1.6	0,024	0,24 4	Tidak Valid
7.	X1.7	0,632	0,24 4	Valid
8.	X1.8	0,365	0,24 4	Valid

9.	X1.9	0,599	0,244	Valid
10.	X1.10	-0,110	0,244	Tidak Valid

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan, bahwa terdapat item pertanyaan pada variabel X1 yang tidak valid, yakni X1.3, X1.4, X1.6, dan X1.10. Sedangkan item lain yakni X1.1, X1.2, X1.5, X1.7, X1.8, dan X1.9 adalah valid. Item yang tidak valid adalah item yang memiliki nilai $\leq 0,244$, dan item yang valid memiliki nilai $\geq 0,244$. Maka, Enam item yang valid yang digunakan sebagai instrument penelitian.

b. Hasil Uji Validitas pada Harga (X2)

Tabel 3.3 Hasil Validitas Harga (X2)

No	Item Pertanyaan	Tabel Pearson Correlati on	r Tab el	Keterang an
1	X2.1	0,467	0,244	Valid
2.	X2.2	0,419	0,244	Valid
3.	X2.3	0,508	0,244	Valid
4.	X2.4	0,568	0,244	Valid
5.	X2.5	0,529	0,244	Valid
6.	X2.6	0,517	0,244	Valid

			4	
7.	X2.7	0,542	0,24 4	Valid
8.	X2.8	0,525	0,24 4	Valid
9.	X2.9	0,551	0,24 4	Valid

Melalui tabel diatas dapat diketahui, bahwa seluruh instrument pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai $\geq 0,244$, maka 10 item pertanyaan diatas dapat digunakan sebagai instrument dalam penelitian,

c. Hasil Uji Validitas pada Keputusan Mendaftar Haji

Tabel 3.4 Hasil Validitas Keputusan Mendaftar Haji (Y)

No .	Item Pertanyaan	Tabel Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
1	Y1	0,426	0,24 4	Valid
2.	Y2	-0,067	0,24 4	Tidak Valid
3.	Y3	0,270	0,24 4	Valid
4.	Y4	0,643	0,24 4	Valid
5.	Y5	0,502	0,24 4	Valid

6.	Y6	0,797	0,24 4	Valid
7.	Y7	0,204	0,24 4	Tidak Valid
8.	Y8	0,762	0,24 4	Valid
9.	Y9	0,806	0,24 4	Valid
10.	Y10	0,566	0,24 4	Valid

Melalui tabel diatas dapat diketahui terdapat dua item pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, yaitu Y2 dan Y7. Sedangkan item pertanyaan Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y9, dan Y.10, dinyatakan valid. Item yang dinyatakan tidak valid memiliki nilai $\leq 0,244$ dan item yang valid memiliki nilai $\geq 0,244$. Dapat disimpulkan, bahwa terdapat delapan butir pertanyaan yang dapat digunakan sebagai instrument penelitian

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji ketetapan kuisioner dari indikator suatu variabel. Jika, responden menjawab pertanyaan dalam kuisioner dengan ketepatan yang konsisten dari waktu ke waktu, maka kuisioner tersebut dikatakan reliabel. Dalam proses pengambilan keputusan untuk mengukur reliabilitas kuisioner, peneliti menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha*. Dalam teknik ini, suatu kuisioner dinyatakan reliabel apabila memiliki

koefisien $> 0,6.55$ Dwi Priyatno menjabarkan ketentuan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:56

- 1) Apabila koefisien Alpha $> 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan reliable
- 2) Apabila koefisien Alpha $< 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel-variabel penelitian, disajikan melalui tabel sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas pada *Waiting List* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	6

Tabel 3.5 Variabel *Waiting List*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

55 Ir Syofian Siregar M.M, *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Prenada Media, 2017).
56 *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula* (Penerbit Mediakom, n.d.).

Terdapat empat item yang dibuang, sehingga terkumpul enam item dengan kategori valid. Melalui tabel terdapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,718 pada variabel Waiting List, maka nilai tersebut reliable dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian, karena kriteria nilai yang reliable adalah apabila hasil nilai Cronbach's Alpha adalah $\geq 0,60$, oleh karena itu nilai 0,718 yang diperoleh variabel ini dinyatakan reliable karena lebih besar dari 0,60.

b. Uji Reliabilitas pada Harga (X2)

Tabel 3.6 Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.649	9

Melalui tabel terdapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,649 pada variabel Harga, maka nilai tersebut dinyatakan reliable dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian, karena kriteria nilai yang reliable adalah apabila hasil nilai Cronbach's Alpha adalah $\geq 0,60$, oleh karena itu nilai 0,649 yang diperoleh variabel ini dinyatakan reliable karena lebih besar dari 0,60.

- c. Uji Reliabilitas pada Keputusan Mendaftar Haji (Y)
Tabel 3.7 Variabel Keputusan Mendaftar Haji

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	10

Melalui tabel terdapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,712 pada variabel Keputusan Mendaftar Haji, maka nilai tersebut dinyatakan reliable dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian, karena kriteria nilai yang reliable adalah apabila hasil nilai Cronbach's Alpha adalah $\geq 0,60$, oleh karena itu nilai 0,712 yang diperoleh variabel ini dinyatakan reliable karena lebih besar dari 0,60.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah hal yang perlu dilakukan dalam penelitian kuantitatif setelah data seluruh responden terkumpul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji analisis statistik. Beberapa model analisis statistik yang digunakan adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

Ghozali berpendapat uji asumsi klasik merupakan uji yang harus dilakukan sebelum melakukan uji regresi, dengan tujuan agar koefisien tidak bias dan memiliki besaran tepat dalam estimasi. Beberapa macam uji asumsi klasik yang biasa digunakan adalah uji normalitas, linieritas, dan heterokedastisitas⁵⁷

1) Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah *one sample Kolmogrov Smirnov* taraf signifikansi 0,05, dengan ketentuan:

- a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan berdistribusi normal
- b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka distribusinya dinyatakan tidak normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menurut Ghozali berfungsi sebagai alat yang mengukur ketidak adanya kesamaan varian dari residual pengamatan satu dengan lainnya.⁵⁸

57 Setiawati Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–1590, accessed October 12, 2022, <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308>.

58 Rizky Primadita Ayuwardani and Isroah Isroah, "PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 1 (May 1,

Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk melihat didalam regresi apakah terdapat ketidakcocokan variasi dari residual satu pada pengamatan lainnya.

Ketentuan uji heterokedastisitas dengan scatterplots adalah:

- a) Apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedasitas
- b) Apabila ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa tinggi korelasi antara variable satu dengan lainnya. Apabila hasil ditemukan korelasi yang tinggi, maka terdapat gangguan pada hubungan antara variable bebas dengan varibel terikat.⁵⁹ Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam mengukur multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan mengukur *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Rendahnya nilai *tolerance*=VIF (VIF=1), dan

2018): 143–158, accessed October 12, 2022, <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19781>.

59 “Konsultan Statistik,” n.d., accessed October 12, 2022, <https://www.konsultanstatistik.com/>.

menunjukkan tingginya kolonieritas. Nilai tolerance yang digunakan adalah 0,10 senilai dengan nilai VIF 10. Jadi apabila terdapat variable bebas dengan nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terdeteksi adanya multikolinieritas.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan salah satu jenis uji regresi linier dengan melibatkan dua variable atau lebih.⁶⁰ Uji regresi berfungsi sebagai alat prediksi besar suatu nilai variabel y apabila nilai variabel x ditambah. Menurut Martono, dalam mengukur korelasi antar lebih dari dua variabel dapat menggunakan uji regresi linier berganda. Mengukur uji regresi linier berganda dapat menerapkan rumus berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Dengan Keterangan:

Y = Variabel Dependen (terikat)

X = Variabel Independen (Bebas)

α = Konstanta

β = Koefisien

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

60 Anwar Hidayat, "Penjelasan dan Tutorial Regresi Linear Berganda," *Uji Statistik*, January 1, 2018, accessed October 12, 2022, <https://www.statistikian.com/2018/01/penjelasan-tutorial-regresi-linear-berganda.html>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Kementerian Agama Kota Surabaya

Kementerian Agama Kota Surabaya merupakan Kantor Kementerian Agama yang terletak di Kota Surabaya, beralamatkan di Jalan Mesjid Agung Timur No.4 Kecamatan Gayungan Kota Surabaya Jawa Timur. Tugas dan fungsi Kementerian Agama yakni pengambilan alih tugas-tugas keagamaan, berupa:

- a. Masalah haji dan umroh yang diserahkan kepada Seksi Penyelenggaraan Haji dan Umroh (PHU)
- b. Masalah perkawinan, kemasjidan, zakat dan wakaf, peradilan Islam, Kelembagaan Islam yang semula merupakan tugas Kementerian Dalam Negeri.

Kemeterian Agama Kota Surabaya merupakan organisasi pemerintah tingkat daerah yang merupakan hierarki dari Kementerian Agama Kantor Wilayah Jawa Timur. Tugas dan fungsi Kementerian Agama Kota Surabaya adalah

melakukan pelayanan kepada Jamaah Surabaya dan membantu permasalahan seputar tugas dan fungsi yang ditangani. Fungsi tersebut berupa:

- 1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan bidang keagamaan
- 2) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara menjadi tanggung jawab Kementerian Agama
- 3) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Agama
- 4) Pelaksanaan Bimbingan Teknis dan supervise atas pelaksanaan urusan Kementerian Agama
- 5) Pelaksanaan kegiatan teknis berskala nasional sampai ke daerah.⁶¹

Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya dipimpin oleh seorang Kepala Kantor, sedangkan Kementerian Agama Kantor Wilayah Jawa Timur dipimpin oleh Kepala Kanwil, dan Kementerian Agama Pusat dipimpin oleh Menteri Agama.

Kementerian Agama Kota Surabaya dalam menyelenggarakan layanan menggunakan sistem terpadu Pelayanan Satu Pintu (PTSP), dimana semua layanan yang diberikan melalui satu pintu tanpa melewati masing-masing seksi. Hal ini bertujuan memudahkan mobilitas dalam pelayanan

61 Tim Penyusun, "Pelayanan Terpadu Satu Pintu - Kementerian Agama Kota Surabaya," *PROFIL KEMENAG KOTA SURABAYA*, accessed December 22, 2022, <https://webptsp.kemenagsurabaya.online/profil.html>.

dan layanan yang diberikan lebih tertib serta terstruktur.

2. Visi Dan Misi Kementerian Agama Kota Surabaya

a. Visi Kementerian Agama Kota Surabaya

“Kementerian Agama Yang Professional Dan Andal Dalam Membangun Masyarakat Yang Saleh, Moderat, Cerdas, Dan Unggul, Untuk Mewujudkan Indonesia Maju, Yang Berdaulat, Mandiri, Dan Berkepribadian Berdasarkan Gotong Royong”.

b. Misi Kementerian Agama Kota Surabaya

- 1) Meningkatkan kualitas kesalehan umat beragama.
- 2) Memperkuat moderasi beragama dan kerukunan umat beragama.
- 3) Meningkatkan layanan keagamaan yang adil, mudah, dan merata.
- 4) Meningkatkan layanan Pendidikan yang merata dan bermutu.
- 5) Meningkatkan produktivitas, dan daya saing Pendidikan.
- 6) Memantapkan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance).⁶²

3. Struktur Organisasi Kementerian Agama Kota Surabaya

⁶² Tim Penyusun, “Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Ptsp),” *Visi Dan Misi*, accessed December 22, 2022, <https://kemenagsurabaya.online/page/detail/visi-dan-misi>.



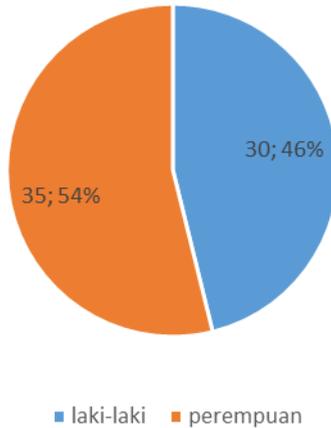
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kemenag Surabaya

B. Penyajian Data dan Analisis Data

1. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, hasil disajikan dan dianalisis melalui diagram dan tabel. Dalam penelitian ini terdapat karakteristik berupa jenis kelamin dan usia. Berikut penyajian data dan analisis hasil penelitian:

Jumlah



Gambar 4. 2 Diagram Pie Jenis Kelamin

Berdasarkan diagram pie diatas menunjukkan, bahwa responden terdiri dari dua jenis kelamin, yakni laki-laki dan perempuan, dengan masing-masing berjumlah 30 responden laki-laki atau 46% dan 35 responden perempuan atau 54%. Maka rata-rata reponden adalah perempuan.

Tabel 4. 1 Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10-20 Tahun	2	3.1	3.1	3.1
21-30 Tahun	10	15.4	15.4	18.5
31-40 Tahun	23	35.4	35.4	53.8
Valid 41-50 Tahun	21	32.3	32.3	86.2
51 Tahun Keatas	9	13.8	13.8	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Melalui tabel diatas dapat dilihat, bahwa terdapat beberapa karakteristik usia reponden dalam penelitian ini. Responden terdiri atas 65 orang dengan usia 10-20 tahun sebanyak 2 orang atau 3,1 %, pada usia 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau 15,4 %, pada usia 31-40 tahun sebanyak 23 orang atau 35,4 %, pada usia 41-50 tahun sebanyak 21 orang atau 32,3 %, dan pada usia 51 tahun keatas sebanyak 9 orang atau 13,8 %. Dapat disimpulkan, bahwa responden terbanyak terdapat pada rentang usia 31-40 tahun.

- a. Tabel hasil *Frequency* dan Analisis tentang *Waiting List* (X1)

Pengukuran variabel *waiting list* digunakan beberapa indikator, yaitu aspek yuridis, aspek sosiologis, dan aspek filosofis. Pada variabel *waiting list* diajukan enam pertanyaan, setiap pertanyaan disuguhkan jawaban oleh peneliti dengan skornya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka data tersebut menghasilkan jumlah frekuensi, persen, valid persen, serta komulatif persen,

dengan hasil yang disuguhkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2 X1.1

***Waiting list* (daftar tunggu) keberangkatan yang panjang menjadikan pertimbangan saya ketika akan mendaftar haji**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	4.6	4.6	4.6
2	5	7.7	7.7	12.3
3	2	3.1	3.1	15.4
4	35	53.8	53.8	69.2
5	20	30.8	30.8	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau sebesar 30,8 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 53,8 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 3,1 %, menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 7,7 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,6 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai *Waiting list* (daftar tunggu) keberangkatan yang panjang menjadikan pertimbangan saya ketika akan mendaftar haji adalah setuju yaitu sebanyak 35 orang atau 53,8 %.

Tabel 4. 3 X1.2

Melihat berita mengenai estimasi keberangkatan haji yang semakin meningkat menjadikan saya ragu-ragu untuk mendaftar haji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	6.2	6.2	6.2
2	6	9.2	9.2	15.4
3	4	6.2	6.2	21.5
4	24	36.9	36.9	58.5
5	27	41.5	41.5	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang atau sebesar 41,5 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 24 orang atau 36,9 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 orang atau 6,2 %, menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 9,2 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai Melihat berita mengenai estimasi keberangkatan haji yang semakin meningkat menjadikan saya ragu-ragu untuk mendaftar haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 27 orang atau 41,5 %.

Tabel 4. 4 X1.3

Mendapatkan porsi adalah tujuan utama saya mendaftar haji walaupun mengetahui *waiting list* (daftar tunggu) haji tidaklah sebentar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

	1	1	1.5	1.5	1.5
	3	3	4.6	4.6	6.2
Valid	4	22	33.8	33.8	40.0
	5	39	60.0	60.0	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang atau sebesar 60,0 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 22 orang atau 33,8 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 orang atau 4,6 %, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai mendapatkan porsi adalah tujuan utama saya mendaftar haji walaupun mengetahui *waiting list* (daftar tunggu) haji tidaklah sebentar adalah sangat setuju yaitu sebanyak 39 orang atau 60,0 %.

Tabel 4. 5 X1.4

***Waiting list* (daftar tunggu) haji menjadikan saya pesimis dapat berangkat haji meskipun saya sudah mendaftar dan mendapatkan nomor porsi haji**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	6	9.2	9.2
	2	4	6.2	15.4
	3	6	9.2	24.6
Valid	4	21	32.3	56.9
	5	28	43.1	100.0
	Total	65	100.0	100.0

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau sebesar 43,1 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 21 orang atau 32,3 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 orang atau 9,2 %, menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 9,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai *Waiting list* (daftar tunggu) haji menjadikan saya pesimis dapat berangkat haji meskipun saya sudah mendaftar dan mendapatkan nomor porsi haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 28 orang atau 43,1 %.

Tabel 4. 6 X1.5

***waiting list* (daftar tunggu) haji adalah hal yang normal mengingat banyaknya umat Islam yang ingin berangkat haji**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	3.1	3.1	3.1
3	1	1.5	1.5	4.6
Valid 4	25	38.5	38.5	43.1
5	37	56.9	56.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau sebesar 56,9 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 25 orang atau 38,5 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 orang atau 1,5 %, menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,1 %,.. Dari jawaban

tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai *waiting list* (daftar tunggu) haji adalah hal yang normal mengingat banyaknya umat Islam yang ingin berangkat haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 35 orang atau 56,9 %.

Tabel 4. 7 X1.6

***Waiting list*(daftar tunggu) haji di Indonesia disebabkan oleh kurangnya penertiban pendaftaran haji**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	3.1	3.1	3.1
3	3	4.6	4.6	7.7
Valid 4	28	43.1	43.1	50.8
5	32	49.2	49.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 49,2 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 43,1 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 orang atau 4,6 %, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,1 %.. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai *Waiting list*(daftar tunggu) haji di Indonesia disebabkan oleh kurangnya penertiban pendaftaran haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 32 orang atau 49,2 %.

b. Tabel hasil *Frequency* dan Analisis tentang Harga (X2)

Pengukuran variabel harga digunakan beberapa indikator, yaitu kesesuaian harga, keterjangkauan harga, dan potongan harga. Pada variabel harga diajukan sembilan pertanyaan, setiap pertanyaan disuguhkan jawaban oleh peneliti dengan skornya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka data tersebut menghasilkan jumlah frekuensi, persen, valid persen, serta komulatif persen, dengan hasil yang disuguhkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 8 X2.1

Harga paket haji reguler lebih terjangkau dari pada harga paket haji khusus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
Ragu-ragu	2	3.1	3.1	4.6
Valid Setuju	21	32.3	32.3	36.9
Sangat Setuju	41	63.1	63.1	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang atau sebesar 63,1%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 21

orang atau 32,3% , yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 3,1% , dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5% . Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai harga paket haji regular lebih terjangkau daripada harga paket haji khusus adalah sangat setuju yaitu sebanyak 41 orang atau 63,1% .

Tabel 4. 9 X2.2

Harga haji (melalui Kemenag) dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah bukan hanya menengah keatas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
Ragu-ragu	3	4.6	4.6	6.2
Valid Setuju	20	30.8	30.8	36.9
Sangat Setuju	41	63.1	63.1	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang atau sebesar 63,1% , kemudian yang menjawab setuju sebanyak 20 orang atau 30.8 % , yang menjawab ragu-ragu sebanya 3 orang atau 4,6 % , dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5% . Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Harga haji (melalui Kemenag) dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah

bukan hanya menengah keatas adalah sangat setuju

Harga haji yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
Ragu-ragu	2	3.1	3.1	4.6
Setuju	19	29.2	29.2	33.8
Sangat Setuju	43	66.2	66.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

yaitu sebanyak 41 orang atau 63,1%.

Tabel 4. 10 X2.3

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 66,2%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 19 orang atau 29,2%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Harga haji yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan adalah sangat setuju yaitu sebanyak 43 orang atau 66,2%.

Tabel 4. 11 X2.4

Harga haji yang ditetapkan tidak jauh beda dengan harga keberangkatan umroh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

	Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
	Ragu-ragu	2	3.1	3.1	4.6
Valid	Setuju	18	27.7	27.7	32.3
	Sangat Setuju	44	67.7	67.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang atau sebesar 67,7%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 18 orang atau 27,7%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Harga haji yang ditetapkan tidak jauh beda dengan harga keberangkatan umroh adalah sangat setuju yaitu sebanyak 44 orang atau 67,7%.

Tabel 4. 12 X2.5

Harga haji secara reguler (melalui kementerian agama) yang diberikan pemerintah sesuai dengan kemampuan saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Tidak Setuju	1	1.5	1.5
	Ragu-ragu	2	3.1	4.6
Valid	Setuju	23	35.4	40.0
	Sangat Setuju	39	60.0	100.0
	Total	65	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang atau sebesar 60,0%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 23 orang atau 35,4%, yang menjawab ragu-ragu sebanya 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Harga haji secara reguler (melalui kementerian agama) yang diberikan pemerintah sesuai dengan kemampuan saya dalah sangat setuju yaitu sebanyak 39 orang atau 60,0%.

Tabel 4. 13 X2.6

Segera mendaftar haji karena merasa harga haji untuk saat ini sudah mampu saya bayarkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
Ragu-ragu	2	3.1	3.1	4.6
Valid Setuju	19	29.2	29.2	33.8
Sangat Setuju	43	66.2	66.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 66,2%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 19 orang atau 29,2%, yang menjawab ragu-ragu sebanya 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban

tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Segera mendaftar haji karena merasa harga haji untuk saat ini sudah mampu saya bayarkan adalah sangat setuju yaitu sebanyak 43 orang atau 66,2%.

Tabel 4. 14 X2.7

Mampu membayar harga awal setoran haji karena cukup terjangkau				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-ragu	2	3.1	3.1	3.1
Setuju	20	30.8	30.8	33.8
Valid Sangat Setuju	43	66.2	66.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 66,2%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 20 orang atau 30,8%, yang menjawab ragu-ragu sebanya 2 orang atau 3,1%, dan menjawab. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Mampu membayar harga awal setoran haji karena cukup terjangkau adalah sangat setuju yaitu sebanyak 43 orang atau 66,2%.

Tabel 4. 15 X2.8

Yakin mendaftar haji adalah karena harga haji yang cukup terjangkau				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	1	1.5	1.5	1.5
	Ragu-ragu	2	3.1	3.1	4.6
	Setuju	19	29.2	29.2	33.8
	Sangat Setuju	43	66.2	66.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 66,2%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 19 orang atau 29,2%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Yakin mendaftar haji adalah karena harga haji yang cukup terjangkau adalah sangat setuju yaitu sebanyak 43 orang atau 66,2%.

Tabel 4. 16 X2.9

Kesesuaian an harga yang dibayarkan dengan fasilitas yang ditawarkan menurut saya seimbang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.5	1.5
	Ragu-ragu	2	3.1	3.1
	Setuju	20	30.8	30.8
	Sangat Setuju	42	64.6	64.6
	Total	65	100.0	100.0

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang atau sebesar 64,6%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 20 orang atau 30,8 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 2 orang atau 3,1%, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Segera mendaftar haji karena merasa harga haji untuk saat ini sudah mampu saya bayarkan adalah sangat setuju yaitu sebanyak 42 orang atau 64,6%.

c. Hasil *Frequency* dan Analisis tentang Keputusan Mendaftar Haji (Y)

Pengukuran variabel Keputusan Mendaftar Haji digunakan beberapa indikator, yaitu kemantapan konsumen, rekomendasi, dan kenutuhan konsumen. Pada variabel keputusan diajukan 10 pertanyaan, setiap pertanyaan disuguhkan jawaban oleh peneliti dengan skornya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka data tersebut menghasilkan jumlah frekuensi, persen, valid persen, serta komulatif persen, dengan hasil yang disuguhkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17 Y1

Informasi mengenai pendaftaran haji melalui orang lain yang akhirnya memantapkan hati untuk mendaftar haji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	6.2	6.2	6.2
2	1	1.5	1.5	7.7
3	6	9.2	9.2	16.9
4	22	33.8	33.8	50.8
5	32	49.2	49.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 49,2 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 22 orang atau 33,8 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 6 orang atau 9,2 %, menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5%, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Informasi mengenai pendaftaran haji melalui orang lain yang akhirnya memantapkan hati untuk mendaftar haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 32 orang atau 49,2%.

Tabel 4. 18 Y2

Mendaftar haji atas keinginan hati dan kebutuhan pemenuhan ibadah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	19	29.2	29.2	29.2
5	46	70.8	70.8	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 70,8 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 19 orang atau 29,2 %, . Dari Mendaftar haji atas keinginan hati dan kebutuhan pemenuhan ibadah adalah sangat setuju yaitu sebanyak 46 orang atau 70,8 %.

Tabel 4. 19 Y3

Mendaftar haji karena telah merasa mampu dan cukup dalam hal materi maupun lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	1.5	1.5	1.5
4	30	46.2	46.2	47.7
5	34	52.3	52.3	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang atau sebesar 52,3 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 46,2 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 1 orang atau 1,5 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai mendaftar haji karena telah merasa mampu dan cukup dalam hal materi maupun lainnya adalah sangat setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 52,3 %.

Tabel 4. 20 Y4

Mendaftar haji karena lingkungan saya banyak yang sudah menunaikan haji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	12.3	12.3	12.3
2	15	23.1	23.1	35.4
3	7	10.8	10.8	46.2
4	17	26.2	26.2	72.3
5	18	27.7	27.7	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau sebesar 27,7 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 17 orang atau 26,2 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 7 orang atau 9,2 %, menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang atau 23,1 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 orang atau 12,3 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Mendaftar haji karena lingkungan saya banyak yang sudah menunaikan haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 18 orang atau 27,7 %.

Tabel 4. 21 Y5

Mendapatkan informasi pendaftaran haji melalui website dan media sosial

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	6.2	6.2	6.2
2	2	3.1	3.1	9.2
3	3	4.6	4.6	13.8
4	26	40.0	40.0	53.8

5	30	46.2	46.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang atau sebesar 46,2 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 26 orang atau 40,0 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 3 orang atau 4,6 %, menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,1 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Mendapatkan informasi pendaftaran haji melalui website dan media sosial adalah sangat setuju yaitu sebanyak 30 orang atau 46,2 %.

Tabel 4. 22 Y6

Mantap mendaftar haji karena pengalaman orang lain yang telah mendaftar haji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	4.6	4.6	4.6
2	1	1.5	1.5	6.2
3	3	4.6	4.6	10.8
4	21	32.3	32.3	43.1
5	37	56.9	56.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau sebesar 56,9 %, kemudian yang menjawab

setuju sebanyak 21 orang atau 32,3 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 3 orang atau 4,6 %, menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,6 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai mantap mendaftar haji karena pengalaman orang lain yang telah mendaftar haji adalah sangat setuju yaitu sebanyak 37 orang atau 56,9 %.

Tabel 4. 23 Y7

Tidak merasa kecewa setelah mendaftar haji dan mendapatkan nomor pors

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.5	1.5	1.5
3	5	7.7	7.7	9.2
Valid 4	25	38.5	38.5	47.7
5	34	52.3	52.3	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang atau sebesar 52,3 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 25 orang atau 38,5 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 5 orang atau 7,7 %, dan menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,5 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Tidak merasa kecewa setelah mendaftar haji dan mendapatkan nomor pors yaitu sebanyak 34 orang atau 52,3 %.

Tabel 4. 24 Y8

Setelah menimbang-nimbang dan melalui proses panjang saya memutuskan mendaftar haji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	6.2	6.2	6.2
2	2	3.1	3.1	9.2
3	1	1.5	1.5	10.8
4	34	52.3	52.3	63.1
5	24	36.9	36.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang atau sebesar 36,9 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 34 orang atau 52,3 %, yang menjawab ragu-ragu sebanya 1 orang atau 1,5 %, menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 3,1 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Setelah menimbang-nimbang dan melalui proses panjang saya memutuskan mendaftar haji adalah setuju yaitu sebanyak 34 orang atau 52,3 %.

Tabel 4. 25 Y9

Membandingkan haji reguler dengan haji khusus, melihat kelebihan dan kekurangan, pada akhirnya memutuskan mendaftar haji reguler

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	6.2	6.2	6.2
3	6	9.2	9.2	15.4
4	32	49.2	49.2	64.6

5	23	35.4	35.4	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau sebesar 35,4 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 49,2 %, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 orang atau 9,2 %, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 6,2 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Membandingkan haji reguler dengan haji khusus, melihat kelebihan dan kekurangan, pada akhirnya memutuskan mendaftar haji reguler adalah setuju yaitu sebanyak 32 orang atau 49,2 %.

Tabel 4. 26 Y10

Mendaftar haji karena dorongan orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	7	10.8	10.8	10.8
2	15	23.1	23.1	33.8
3	16	24.6	24.6	58.5
4	17	26.2	26.2	84.6
5	10	15.4	15.4	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan, bahwa dari 65 responden jamaah haji Kemenag Kota Surabaya, yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 15,4 %, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 17 orang atau 26,2 %, yang menjawab

ragu-ragu sebanyak 16 orang atau 24,6 %, menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang atau 23,1 %, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 10,8 %. Dari jawaban tersebut dapat dilihat bahwa jawaban terbanyak responden mengenai Mendaftar haji karena dorongan orang lain adalah setuju yaitu sebanyak 17 orang atau 26,2 %.

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah *one sample Kolmogorov Smirnov* taraf signifikansi 0,05, dengan ketentuan:

- a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan berdistribusi normal
- b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka distribusinya dinyatakan tidak normal.

Berikut hasil pengujian Normalitas Komogorov Smirnov disajikan melalui tabel dibawah ini:

One Sample Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.42956356
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.074

	Negative	-.160
Kolmogorov-Smirnov Z		1.287
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073

Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* diatas menunjukkan, bahwa nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,073. Jika nilai signifikansi yang diperoleh $\geq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Data diatas menunjukkan signifikansi $0,073 \geq 0,05$, maka data penelitian berdasarkan uji one sample Kolmogorov smirnov dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

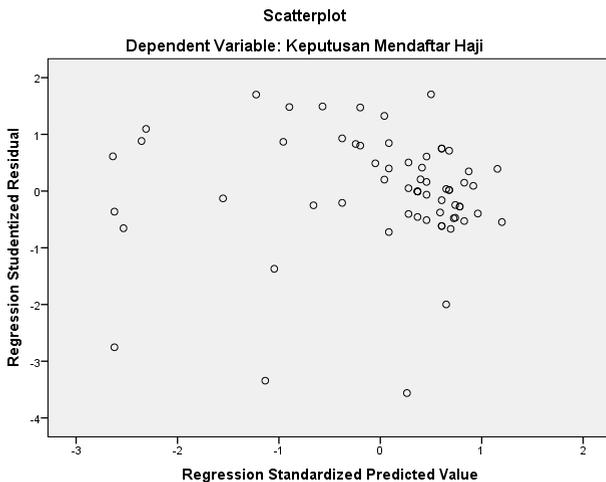
Uji heterokedastisitas menurut Ghozali berfungsi sebagai alat yang mengukur ketidak adanya kesamaan varian dari residual pengamatan satu dengan lainnya.⁶³ Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk melihat didalam regresi apakah terdapat ketidakcocokan variasi dari residual satu pada pengamatan lainnya.

Ketentuan uji heterokedastisitas dengan scatterplots adalah:

63 Rizky Primadita Ayuwardani and Isroah Isroah, "Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 1 (May 1, 2018): 143–158.

- c) Apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedasitas
- d) Apabila ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

Berikut hasil uji heterokedastisitas yang disajikan melalui gambar grafik:



Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot

Berdasarkan output yang digambarkan melalui *Scatterplot*, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Melalui output regresi titik tidak hanya menyebar diatas dan dbawah angka 0 pada sumbu Y, namun ada diatas maupun dibawah. Hal tersebut menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa tinggi korelasi antara variable satu dengan lainnya. Apabila hasil ditemukan korelasi yang tinggi, maka terdapat gangguan pada hubungan antara variable bebas dengan dengan varibel terikat.⁶⁴ Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam mengukur multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan mengukur *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Rendahnya nilai *tolerance*=VIF (VIF=1), dan menunjukkan tingginya kolonieritas. Nilai *tolerance* yang digunakan adalah 0,10 senilai dengan nilai VIF 10. Jadi apabila terdapat variable bebas dengan nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terdeteksi adanya multikolinieritas.

Berikut hasil uji multikolinieritas:

64 “Konsultan Statistik.”

Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	22.326	8.819		2.531	.014		
Waiting List	.932	.184	.546	5.063	.000	.982	1.018
Harga	-.127	.196	-.070	-.648	.520	.982	1.018

a. Dependent Variable: Keputusan Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil uji diatas nilai VIF variabel Waiting list dan Harga adalah 1,018 dan nilai Tolerance 0,982. Ketika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai Tolerance $\geq 0,10$, maka tidak terjadi Multikolinieritas. Melalui tabel diatas dapat diketahui nilai $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$, dinyatakan data tersebut tidak terjadi Multikolinieritas.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi memiliki hubungan yang erat dengan korelasi, karena uji regresi merupakan kelanjutan dari uji korelasi. Pengujian regresi memiliki fungsi sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel Y bila nilai variabel X ditambah berkali-kali. Regresi linier

berganda merupakan salah satu jenis uji regresi linier dengan melibatkan dua variabel atau lebih.⁶⁵ Uji regresi berfungsi sebagai alat prediksi besar suatu nilai variabel y apabila nilai variabel x ditambah. Menurut Martono, dalam mengukur korelasi antar lebih dari dua variabel dapat menggunakan uji regresi linier berganda. Berikut hasil uji analisis regresi linier berganda menggunakan *spss 20 for windows*:

Tabel 4. 29 Hasil Uji Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA, WAITING LIST ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI

b. All requested variables entered.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.270	4.500

a. Predictors: (Constant), HARGA, WAITING LIST

65 Hidayat, “Penjelasan dan Tutorial Regresi Linear Berganda.”

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI

Correlations

		WAITING LIST	KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI
WAITING LIST	Pearson Correlation	1	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	65	65
KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI	Pearson Correlation	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4. 30 Hasil Uji Correlation

Tabel 4. 31 Hasil Uji Correlation 2

Correlations

		KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI	HARGA
KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI	Pearson Correlation	1	.003
	Sig. (2-tailed)		.979
	N	65	65
HARGA	Pearson Correlation	.003	1
	Sig. (2-tailed)	.979	
	N	65	65

Tabel 4. 32 Hasil Uji Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	519.238	2	259.619	12.818	.000 ^b
1 Residual	1255.746	62	20.254		
Total	1774.985	64			

- a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI
 b. Predictors: (Constant), HARGA, WAITING LIST

Tabel 4. 33 Hasil Uji Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.326	8.819		2.531	.014
1 WAITING LIST	.932	.184	.546	5.063	.000
HARGA	-.127	.196	-.070	-.648	.520

- a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI

- 1) Tabel 4.29 “Variabel Enter/Removes” menunjukkan, bahwa seluruh variabel diikutkan dalam pengolahan data, tidak ada yang di removed.
- 2) Tabel “Model Summary”, menyajikan informasi mengenai nilai R, nilai R menunjukkan besarnya koefisien regresi antara variabel X

dengan variabel Y. Tabel diatas menunjukkan nilai R sebesar 0,541 dengan R Square sebesar 0,293. Dapat dijelaskan, bahwa besarnya koefisien regresi variabel X dan Y adalah 0,541 (Sedang) dan R square 0,293 menunjukkan variabel X memberikan Kontribusi terhadap variabel Y sebesar 29,3 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Semakin tinggi nilai R, maka semakin tinggi hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan kolom Standar Error of Estimate menunjukkan nilai sebesar 4.500. Nilai ini berfungsi sebagai pengujian yang menunjukkan apakah model regresi sudah berfungsi dengan tepat atau tidak. Maka dari itu, hasil nilai dari SEE harus dibandingkan dengan nilai Simpangan Baku, dengan ketentuan nilai SEE harus lebih kecil daripada nilai Simpangan Baku. Nilai simpangan baku diketahui senilai 5.95812. Dapat disimpulkan bahwa uji regresi telah berfungsi dan bekerja dengan tepat karena nilai SSE yang diperoleh sebesar 4.500 lebih kecil dari nilai simpangan baku.

- 3) Tabel 4.30 Menunjukkan “Correlation” menyajikan data yang menunjukkan hubungan antara variabel X1 dengan Y. Tabel nilai korelasi disajikan dibawah ini:

Tabel 4. 34 Makna Hubungan

Nilai	Makna
0.00-0.19	Sangat Rendah/ Sangat

	Lemah
0.20-0.39	Rendah/Lemah
0.40-0.59	Sedang
0.60-0.79	Tinggi/ Kuat
0.80-1.00	Sangat Tinggi/ Sangat Kuat

Suatu hubungan dapat dikatakan signifikan, apabila nilai $p\ value < 0,05$, dan kekuatan hubungan ditunjukkan oleh tabel diatas. Pada tabel Correlation diperoleh nilai korelasi antara variabel *Waiting list* dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji sebesar 0,536 dengan nilai $p\ value$ sebesar 0,00. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan dengan skala sedang antara variabel *Waiting List* dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji (dengan arah positif) dan signifikan karena $p\ value\ 0.000 < 0,05$. Dengan semakin lama *waiting list* haji akan semakin mempengaruhi seseorang untuk segera mendaftar haji.

- 4) Tabel 4.31 Menunjukkan “*Correlation*” menyajikan data yang menunjukkan hubungan antara variabel X2 dengan Y. Tabel nilai korelasi disajikan dibawah ini:

Nilai	Makna
0.00-0.19	Sangat Rendah/ Sangat Lemah
0.20-0.39	Rendah/Lemah

0.40-0.59	Sedang
0.60-0.79	Tinggi/ Kuat
0.80-1.00	Sangat Tinggi/ Sangat Kuat

Suatu hubungan dapat dikatakan signifikan, apabila nilai p value $< 0,05$, dan kekuatan hubungan ditunjukkan oleh tabel diatas. Pada tabel Correlation diperoleh nilai korelasi antara variabel harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji sebesar 0,003 dengan nilai p value sebesar 0.979. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan dengan skala sangat lemah antara variabel Harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji (dengan arah positif) dan tidak signifikan karena p value $0.979 > 0,05$. Maka, harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang mendaftar haji.

- 5) Tabel 4.32 “Anova”, merupakan penguatan terhadap uji korelasi, bahwa hubungan variabel waiting list, dan harga terhadap variabel keputusan mendaftar haji adalah signifikan. Dapat dilihat melalui tabel diperoleh nilai F hitung sebesar 12.818 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka, model regresi tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur prediksi keputusan mendaftar haji
- 6) Tabel 4.33 “coefficients” menunjukkan persamaan regresi linier berganda
Rumus persamaan garis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = 22.326 + 0,932 + (-0,127)$$

$$Y = 22. 326 + 0,932 - 0,127$$

Keterangan:

- a) Y merupakan variabel Independen berupa keputusan mendaftar haji.
- b) a merupakan kontanta, bernilai 22.326 adalah ketika konstanta variabel keputusan belum dipengaruhi oleh variabel lain, yaitu waiting list dan harga. Jika variabel Independen tidak ada, maka keputusan variabel dependen tidak berubah
- c) b_1 merupakan nilai koefisien waiting list sebesar 0,932, menunjukkan, bahwa variabel waiting list mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan mendaftar haji yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel waiting list maka akan mempengaruhi keputusan mendaftar haji sebesar 0,932, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti.
- d) b_2 merupakan nilai koefisien harga sebesar -0,127, menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh negative (tidak berpengaruh) terhadap keputusan mendaftar haji. Berarti setiap kenaikan 1 satuan harga, maka tidak mempengaruhi keputusan mendaftar haji.

Variabel waiting list memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mendaftar haji

seorang jamaah haji. Jamaah haji menginginkan segera mendaftar haji untuk meminimalisir kemungkinan waiting list semakin panjang dan lama.

Variabel harga memiliki arah berlawanan. Sehingga, harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel mendaftar haji. Harga tidak menentukan seorang jamaah haji memutuskan untuk mendaftar haji. Harga tinggi maupun rendah, harga terjangkau maupun tidak, dan harga sesuai dengan pelayanan maupun tidak, jamaah haji tetap melakukan keputusan mendaftar haji karena esensi mendaftar haji adalah untuk ibadah dan memenuhi kewajiban rukun Islam yang kelima.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t dilakukan sebagai langkah menguji signifikansi konstanta (c) dan variabel independen. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah konstanta dan variabel independen valid untuk mempengaruhi variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai Signifikansi (p value) < 0.05
- b) $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan sebaliknya.

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H1 : *Waiting list* berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

H0 : *Waiting list* tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh calon jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

2. Hipotesis 2

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

H0 : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya

Tabel 4.37 Hasil Uji t terhadap Hipotesis 1

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3.731	.000
1 WAITING LIST	5.045	.000

Berdasarkan tabel hasil diatas menunjukkan nilai p value untuk konstanta sebesar 0.00, maka nilai p value $0.00 < 0.05$, nilai konstanta dinyatakan signifikan. Sedangkan perbandingan melalui t hitung dengan t

tabel diperoleh hasil, bahwa t hitung $>$ t tabel. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Maka dari itu t hitung sebesar 5,045 $>$ 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus :

$$T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n - k - 1).$$

Artinya variabel *waiting list* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena memiliki nilai p value sebesar $0.00 < 0,05$ dan t hitung sebesar 5,045 $>$ t tabel 1,99897, maka uji pada hipotesis 1 menyatakan, bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 4.38 Hasil Uji t terhadap Hipotesis 2

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.298	.000
	HARGA	.027	.979

Berdasarkan tabel hasil diatas menunjukkan nilai p value untuk konstanta sebesar 0.979, maka nilai p value $0.979 > 0.05$, nilai konstanta dinyatakan tidak signifikan. Sedangkan perbandingan melalui t hitung dengan t tabel diperoleh hasil, bahwa t hitung $<$ t tabel. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus :

$T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n - k - 1)$. Maka dari itu t hitung sebesar $0,027 < 1,99897$

Artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena

memiliki nilai p value sebesar $0,979 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,027 < t$ tabel $1,99897$, maka uji pada hipotesis 2 menyatakan, bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh S. Widad Ahmad, bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket haji atau keputusan mendaftar haji.

2. Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan sebagai alat untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan melalui melihat hasil Uji Anova dengan spss 20 fr windows, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai p value $< 0,05$
- b) F hitung $> F$ tabel

Jika hasil menunjukkan ketentuan diatas, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, serta sebaliknya.

Berikut adalah hipotesis yang akan diuji oleh uji F:

H_1 : Waiting List dan Harga berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya

H_0 : Waiting List dan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan mendaftar haji oleh jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya.

Tabel 4.39 Hasil Uji F terhadap hipotesis 3

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	519.238	2	259.619	12.818	.000 ^b
Residual	1255.746	62	20.254		
Total	1774.985	64			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENDAFTAR HAJI

b. Predictors: (Constant), WAITING LIST , HARGA

Tabel diatas menunjukkan, bahwa nilai p value variabel waiting list dan harga terhadap Y adalah sebesar $0.00 < 0,05$ dan F hitung sebesar $12.818 > F$ tabel 3,15. F tabel dapat dihitung melalui rumus:

F hitung : $F(a/2 : n - k - 1)$, dan diperoleh sebesar 3,15.

Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel waiting list dan harga terhadap variabel keputusan mendaftar haji, sehingga H1 diterima dan H0 ditolak.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan seluruh rangkaian pengujian hipotesis diatas, dengan variabel dalam penelitian ini, yaitu *waiting list* (X1), harga (X2), dan keputusan mendaftar haji (Y), pembahasan penelitian adalah sebagai jawaban atas rumusan masalah yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Problematika *Waiting List* terhadap Keputusan Mendaftar Haji oleh Jamaah Haji di Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya

Berdasarkan hasil uji t, hasil diatas menunjukkan nilai p value untuk konstanta sebesar 0.00, maka nilai p value $0.00 < 0.05$, nilai konstanta dinyatakan signifikan. Sedangkan perbandingan

melalui t hitung dengan t tabel diperoleh hasil, bahwa t hitung $>$ t tabel. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Maka dari itu t hitung sebesar 5,045 $>$ 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus :

$$T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n - k - 1).$$

Artinya variabel *waiting list* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena memiliki nilai p value sebesar $0,00 < 0,05$ dan t hitung sebesar $5,045 >$ t tabel 1,99897, dan diperoleh nilai korelasi antara variabel *waiting list* dengan keputusan mendaftar haji sebesar 0,536. Hasil tersebut menunjukkan, bahwa terdapat hubungan dan pengaruh antara variabel *waiting list* dengan variabel keputusan mendaftar haji, dengan hubungan sebesar 0,536 (sedang). Hal tersebut disebabkan oleh besarnya nilai p value $0,00 < 0,05$. Maka, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *waiting list* dengan variabel keputusan mendaftar haji.

Waiting List adalah waktu tunggu para calon jamaah haji mulai saat mendaftar sampai waktu berangkat.⁶⁶ Waiting list merupakan salah satu problematika dalam penyelenggaraan ibadah haji di Indonesia. Karena keterbatasan kuota jamaah haji Indonesia untuk keberangkatan ke tanah suci dan tidak sebanding dengan banyaknya minat haji di Indonesia menyebabkan terjadinya waiting list yang panjang dan lama. Jamaah haji telah memahami dan mengetahui, bahwa sistem keberangkatan haji harus

66 Huda and Haeba, "Haji, Istita'ah, and Waiting List Regulation in Indonesia."

mengikuti kebijakan pemerintah salah satunya adalah waiting list. Hal ini pada kenyataannya mempengaruhi jamaah haji secara yuridis, sosiologis, maupun filosofis. Dimana jamaah haji terdorong untuk segera mendaftar haji dan mendapatkan nomor porsi untuk meminimalisir daftar antrean yang semakin panjang. Disamping itu, makna secara

Hasil signifikansi didukung oleh indikator variabel waiting list, berupa aspek yuridis, sosiologis, dan filosofis. Jamaah haji meyakini, bahwa haji adalah kewajiban umat Islam sebagai pemenuhan rukun Islam yang kelima. Maka dari itu, sisi positif waiting list yang mempengaruhi keputusan mendaftar haji adalah dorongan moral dan psikologis jamaah untuk segera mendaftar haji agar meminimalisir daftar antrean yang semakin lama. Zainudin dalam Salmah Faatin⁶⁷ mengungkapkan bahwa posisi haji dimasyarakat dinilai sebagai symbol yang syarat akan kebanggan, sehingga dalam menjalankannya dibutuhkan perjuangan yang keras dan persaingan yang ketat. Sehingga dalam praktiknya, masyarakat tetap berlomba-lomba dan berusaha menunaikan ibadah haji. Tidak jarang terjadi pengulangan pendaftaran haji yang menyebabkan waiting list haji semakin panjang. Sehingga, dalam menanggulangi hal tersebut masyarakat berlomba-lomba segera

⁶⁷ Sa Lmah Faatin, "Haji Dua Kali: Kajian Terhadap Motif Pengulangan Haji Masyarakat Muslim Di Kudus," *FIKRAH* 7, no. 1 (June 24, 2019): 43–72, accessed January 12, 2023, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/fikrah/article/view/4296>.

mendaftar haji. Oleh karena itu, *waiting list* mempengaruhi seorang jamaah untuk mendaftar haji. Namun, nilai hubungan yang terdapat dalam hasil pengujian adalah nilai hubungan dengan skala sedang, yakni 0,536, dimana *waiting list* bukan menjadi hal yang utama bagi seorang jamaah memutuskan mendaftar haji. Indikator variabel *waiting list* merupakan aspek yuridis, aspek sosiologis dan aspek filosofis dibuktikan melalui pengujian diatas. Aspek yuridis yang termasuk undang-undang pengaturan jadwal keberangkatan haji pada akhirnya menyebabkan *waiting list* atau daftar tunggu yang panjang dibuktikan dapat mempengaruhi seseorang jamaah mendaftar haji, dikarenakan kekhawatiran akan berubah-ubahnya kebijakan tergantung situasi membuat seseorang yang telah mampu secara finansial memutuskan untuk mendaftar haji. Sedangkan aspek sosiologis dalam *waiting list* mempengaruhi seseorang mendaftar haji melalui budaya yang terjadi dalam lingkungan sekitarnya. Melihat keadaan sekitar dan mengetahui bahwa *waiting list* haji semakin lama semakin panjang segera mendorong seseorang tersebut mendaftar haji. Dan aspek filosofis dalam *waiting list* haji mendorong untuk seseorang mendaftar haji karena kesadaran bahwa haji merupakan kewajiban ibadah bagi seorang muslim ketika dalam keadaan ekonomi yang mampu.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Mendaftar Haji oleh Jamaah Haji Kementerian Agama Kota Surabaya

Berdasarkan hasil uji t, hasil diatas menunjukkan nilai p value untuk konstanta variabel harga sebesar 0,979, nilai konstanta dinyatakan tidak signifikan. Sedangkan perbandingan melalui t hitung dengan t tabel diperoleh hasil, bahwa t hitung < t tabel. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus : $T_{tabel} = t (\alpha/2 : n - k - 1)$. Maka dari itu t hitung sebesar 0,027 < 1,99897. Artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena memiliki nilai p value sebesar 0,979 > 0,05 dan t hitung sebesar 0,027 < t tabel 1,99897.

Pada tabel Correlation diperoleh nilai korelasi antara variabel harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji sebesar 0,003 dengan nilai p value sebesar 0,979. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan dengan skala sangat lemah antara variabel Harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji (dengan arah positif) dan tidak signifikan karena p value 0,979 > 0,05. Maka, harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang mendaftar haji.

Harga didefinisikan oleh Husein Umar dalam Rachman sebagai sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar konsumen untuk mendapat manfaat dari penggunaan produk atau jasa yang besarnya ditetapkan antara penjual dan pembeli melalui tawar menawar atau ditetapkan langsung oleh penjual. Namun, dalam hal haji, harga merupakan sesuatu yang tidak banyak dipertimbangkan oleh jamaah haji. Melalui hasil uji

diatas, jawaban responden mengenai harga membuat kesimpulan, bahwa ketika seorang jamaah haji mendaftar haji untuk mendapatkan nomor porsi, harga bukan merupakan hal yang mempengaruhi tindakan tersebut. Besar kecilnya besaran harga untuk menunaikan ibadah haji dan kesesuaian serta potongan harga tidak mempengaruhi keputusan mendaftar haji seorang jamaah. Jamaah haji merasa harga merupakan sesuatu yang harus dibayar dan wajar untuk dapat menjalankan ibadah mulia. Jamaah haji hanya mementingkan esensi dari ibadah itu sendiri. Bagaimana pelayanan yang sesuai harga, fasilitas sesuai harga atau tidakpun tidak mempengaruhi niat mereka untuk mendaftar haji. Maka dari itu dalam hal harga dalam sebuah keputusan tentang ibadah haji bukan merupakan sesuatu hal yang mempengaruhi seseorang dalam proses pertimbangan mendaftar haji seseorang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh S. widad Ahmad, bahwa harga bukan menjadi pertimbangan seseorang melakukan pembelian produk haji maupun umroh.⁶⁸

3. Besar Nilai Hubungan Waiting List dan Harga dengan Keputusan Mendaftar Haji oleh Jamaah Haji Kementerian Agama Kota Surabaya

⁶⁸ S. Widad Ahmad, “Dampak Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji dan Umroh pada PT. Al- Ikhlas Wisata Mandiri,” *Jurnal Iqtisaduna* 5, no. 2 (December 8, 2019): 287–297, accessed October 6, 2022, <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/19841>.

Besar nilai hubungan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y dapat dilihat melalui tabel 4.30 Model Summary dinilai R Square. Nilai R Square menunjukkan hasil sebesar 0,293 atau 29,3%, hal tersebut berarti, bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y adalah sebesar 29,3%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada uji F ditunjukkan besarnya F hitung 12.818 lebih besar dari F tabel 3.15 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,05$, hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mempengaruhi variabel Y sebesar 29,3%, artinya kontribusi yang diberikan termasuk rendah. Ini berarti banyak variabel lain yang tidak diteliti lebih mempengaruhi variabel keputusan mendaftar haji dibanding dengan variabel waiting list dan harga. Selain waiting list dan harga, keputusan mendaftar haji mungkin akan dipengaruhi oleh variabel usia, kemampuan finansial, dan lain-lain.

Jamaah haji di Kementerian Agama dalam memutuskan untuk mendaftar haji dipengaruhi oleh waiting list dan harga, dimana waiting list mempengaruhi secara psikologis, waiting list yang panjang dan lama, menjadikan niat mendaftar haji disegerakan dan diwujudkan untuk meminimalisir hal tersebut. Sedangkan, harga tidak mempengaruhi keputusan mendaftar secara signifikan, karena orang yang telah mendaftar haji tentu sudah cukup secara finansial. Sehingga, berapapun harga dan

pelayanan yang diberikan bukan menjadi masalah bagi jamaah haji, karena yang terpenting bagi mereka adalah esensi ibadah itu sendiri. Maka dari itu, hubungan yang terjadi merupakan tingkat hubungan lemah, karena hanya salah satu variabel saja yang berpengaruh yaitu waiting list, sedangkan variabel lainnya tidak yaitu variabel harga.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t, hasil diatas menunjukkan nilsi p value untuk konstanta sebesar 0.00, maka nilai p value $0.00 < 0.05$, nilai konstanta dinyatakan signifikan. Sedangkan perbandingan melalui t hitung dengan t tabel diperoleh hasil, bahwa t hitung $>$ t tabel. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Maka dari itu t hitung sebesar $5,045 >$ 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus :
$$T_{tabel} = t(a/2 : n - k - 1).$$
Artinya variabel *waiting list* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena memiliki nilai p value sebesar $0.00 < 0,05$ dan t hitung sebesar $5,045 >$ t tabel 1,99897, dan diperoleh nilai korelasi antara variabel *waiting list* dengan keputusan mendaftar haji sebesar 0,536. Hasil tersebut menunjukkan, bahwa terdapat hubungan dan pengaruh antara variabel *waiting list* dengan variabel keputusan mendaftar haji, dengan hubungan sebesar 0,536 (sedang). Hal tersebut disebabkan oleh besarnya nilai p value $0,00 < 0,05$. Maka, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *waiting list* dengan variabel keputusan mendaftar haji.
2. Berdasarkan hasil uji t, hasil diatas menunjukkan nilsi p value untuk konstanta variabel harga sebesar 0,979, nilai konstanta dinyatakan tidak signifikan. Sedangkan perbandingan melalui t hitung dengan t

tabel diperoleh hasil, bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$. Nilai t tabel diperoleh sebesar 1,99897. Nilai t tabel diperoleh melalui rumus :

$T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n - k - 1)$. Maka dari itu t hitung sebesar $0,027 < 1,99897$. Artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan mendaftar haji, karena memiliki nilai p value sebesar $0,979 > 0,05$ dan t hitung sebesar $0,027 < t \text{ tabel } 1,99897$.

Pada tabel Correlation diperoleh nilai korelasi antara variabel harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji sebesar 0,003 dengan nilai p value sebesar 0.979. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan dengan skala sangat lemah antara variabel Harga dengan variabel Keputusan Mendaftar Haji (dengan arah positif) dan tidak signifikan karena p value $0.979 > 0,05$. Maka, harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang mendaftar haji.

3. Besar nilai hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dapat dilihat melalui tabel 4.30 Model Summary dinilai R Square. Nilai R Square menunjukkan hasil sebesar 0,293 atau 29,3%, hal tersebut berarti, bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y adalah sebesar 29,3%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada uji F ditunjukkan besarnya F hitung 12.818 lebih besar dari F tabel 3.15 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0,05$, hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y .

B. Saran dan Rekomendasi

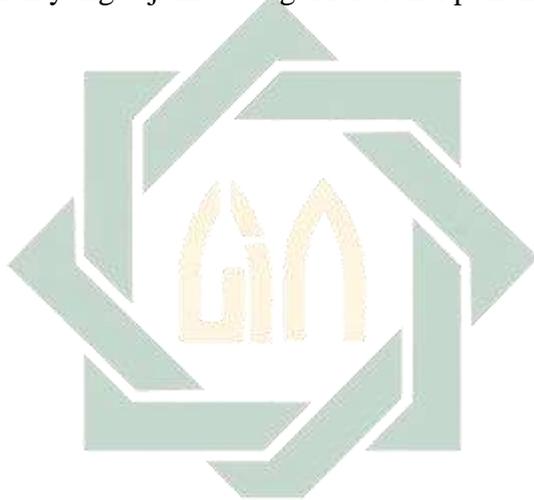
Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran dan rekomendasi oleh peneliti yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya yang dituliskan dibawah ini:

1. Peneliti selanjutnya perlu memperhatikan dan mempertimbangkan responden yang akan digunakan dalam membuktikan penelitian, dalam hal ini seharusnya responden yang digunakan adalah calon jamaah haji yang akan atau berniat mendaftar haji agar dapat digali lebih dalam perjalanan psikologisnya.
2. Peneliti selanjutnya perlu memperhatikan butir pertanyaan yang dibuat dalam Kuesioner, agar jelas dan ketika dilakukan pengujian hasil butir pertanyaan valid
3. Jika mempunyai cukup banyak waktu, peneliti perlu melakukan pendampingan bagi responden ketika mengisi angket agar pengisian tidak terjadi asal mengisi maupun lainnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menemukan variabel baru selain variabel dalam penelitian agar dapat mengetahui variabel lain yang mempengaruhi seseorang mendaftar haji.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan telah diupayakan memenuhi standar penelitian ilmiah dengan mengikuti metode ilmiah yang telah ditetapkan. Namun, tidak ada penelitian yang sempurna begitupula dengan penelitian ini. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatas, yang utama adalah keterbatasan pengetahuan peneliti tentang memilih responden yang digunakan untuk

membuktikan data penelitian. Kemudian keterbatasan waktu yang dimiliki peneliti untuk menyebar Kuesioner secara langsung, oleh sebab itu Kuesioner disebar secara online, sehingga pengisian tidak terpantau dan kurang maksimal. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah tidak banyak menemukan penelitian terdahulu yang membahas hal serupa, maka dari itu peneliti harus dengan jeli menemukan penelitian-penelitian yang sejenis sebagai referensi penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementrian. “Estimasi Keberangkatan Haji Makin Lama, Ini Penjelasan Kemenag.” Accessed October 19, 2022. <https://kemenag.go.id/read/estimasi-keberangkatan-haji-makin-lama-ini-penjelasan-kemenag-nvkj4>.
- . “Keppres BPIH 2022 Terbit, Ini Biaya Haji per Embarkasi.” Accessed October 19, 2022. <https://kemenag.go.id/read/keppres-bpih-2022-terbit-ini-biaya-haji-per-embarkasi-kvnaz>.
- Ahmad, S. Widad. “Dampak Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji dan Umroh pada PT. Al- Ikhlas Wisata Mandiri.” *Jurnal Iqtisaduna* 5, no. 2 (December 8, 2019): 287–297. Accessed October 6, 2022. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/19841>.
- Amirullah. “POPULASI DAN SAMPEL.” In *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. Malang: Bayumedia Publisher, 2017. Accessed October 11, 2022. <https://zenodo.org/record/825326>.
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4, no. 12 (2015). Accessed October 17, 2022. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>.

- Ayuwardani, Rizky Primadita, and Isroah Isroah. "PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 1 (May 1, 2018): 143–158. Accessed October 12, 2022. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19781>.
- DIAN ANGGRAINI PUSPITORINI, 13133200081. "PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Café D'Srupat-Sruput Di Kota Wates)." *Prodi Manajemen UPY* (2017). Accessed October 18, 2022. <http://repository.upy.ac.id/1295/>.
- Ermawati, E. "ANALISIS DAMPAK IMPLEMENTASI PRODUK TABUNGAN HAJI MABRUR TERHADAP WAITING LIST IBADAH HAJI (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan)." Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2018. Accessed January 11, 2023. <http://repository.radenintan.ac.id/4492/>.
- Faatin, Salmah. "Haji Dua Kali: Kajian Terhadap Motif Pengulangan Haji Masyarakat Muslim Di Kudus." *FIKRAH* 7, no. 1 (June 24, 2019): 43–72. Accessed January 12, 2023. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/fikrah/article/view/4296>.

- Fahham, Achmad Muchaddam. “PENYELENGGARAAN IBADAH HAJI: MASALAH DAN PENANGANANNYA.” *Kajian* 20, no. 3 (September 19, 2016): 201–218. Accessed October 6, 2022. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/625>.
- Farhan, Nida. “Problematika Waiting List Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Indonesia.” *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 12 (March 20, 2017): 57.
- Faroh, Wahyu Nurul. “ANALISA PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.” *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 4, no. 2 (April 2, 2017). Accessed October 7, 2022. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/500>.
- Gaol, Jonner Lumban. “PENGARUH KESESUAIAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT JBA CABANG MEDAN.” *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN* 9, no. 2 (June 5, 2021): 144–157. Accessed October 17, 2022. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/global/article/view/1007>.
- Hidayat, Anwar. “Penjelasan dan Tutorial Regresi Linear Berganda.” *Uji Statistik*, January 1, 2018. Accessed October 12, 2022. <https://www.statistikian.com/2018/01/penjelasan-tutorial-regresi-linear-berganda.html>.

- Hilmy, Masdar. "Ibadah dan Pamrih Sosiologis." *Arrahim.ID*, September 15, 2020. Accessed January 11, 2023. <https://arrahim.id/mh/ibadah-dan-pamrih-sosiologis/>.
- Huda, Qomarul, and Ilham Dwitama Haeba. "Hajj, Istita'ah, and Waiting List Regulation in Indonesia." *Al-'Adalah* 18, no. 2 (December 23, 2021): 193–212. Accessed October 6, 2022. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/9903>.
- Igir, Friani Gloria, Johny R. E. Tampi, and Henny Taroreh. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)." *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 6, no. 002 (2018). Accessed October 6, 2022. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/19856>.
- Irwan, Andi Muhammad. "PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, PRIBADI, SOSIAL DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar)." *Forecasting : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 2 (December 11, 2019): 164–176. Accessed October 18, 2022. <https://stiemmamuju.ejournal.id/FJIIM/article/view/21>.
- Jauhariyah, Nur Anim, Ahmad Munawar, and Mahmudah Mahmudah. "Strategi Pemasaran Syariah Dan Waiting

- List Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT BRISyariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi.” *Journal of Sharia Economics* 2, no. 1 (June 6, 2020): 74–92. Accessed October 6, 2022. <http://journal.iaialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE/article/view/61>.
- Joshua, Davin, and Metta Padmalia. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” (July 18, 2017). Accessed October 6, 2022. <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1180>.
- Kholidah, Nur, and Muhammad Arifiyanto. *FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL*. Penerbit NEM, 2020.
- Lubis, Akrim Ashal. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 16, no. 2 (February 12, 2018). Accessed October 7, 2022. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949>.
- M.E.I, Supriadi, S. E. I. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. GUEPEDIA, 2018.
- M.Kn, Letezia Tobing, S. H. “Ini Aturan Mengenai Waiting List Pemberangkatan Jemaah Haji - Klinik Hukumonline.” *hukumonline.com*. Accessed October 17, 2022. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ini->

aturan-mengenai-iwaiting-list-i-pemberangkatan-jemaah-haji-lt5397cebf4a725.

- M.M, Ir Syofian Siregar. *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media, 2017.
- MSc, Muhammad Abduh Tuasikal. “Haji Cuma Wajib Sekali Seumur Hidup.” *Muslim.or.id*. Last modified September 29, 2013. Accessed October 18, 2022. <https://muslim.or.id/18374-haji-wajib-sekali-seumur-hidup.html>.
- Muangsal. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 5, no. 2 (December 20, 2019): 25–39. Accessed October 18, 2022. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/247>.
- Mulyadi, Mohammad. “PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (2011): 128–137. Accessed October 6, 2022. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/150106>.
- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, and Wardah Jafar. “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam.” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (January 17, 2020): 1–11. Accessed October 17, 2022.

<http://ejournal.staialazhar.ac.id/index.php/ajie/article/view/30>.

Nasution, Sangkot. "VARIABEL PENELITIAN." *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 2 (November 10, 2017). Accessed October 12, 2022. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>.

Naufal, Additheha Mahfuzh. "Perubahan persepsi masyarakat terhadap Istitho'ah Haji pasca kebijakan antrean Haji: Studi Kasus di Desa Donowarih Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang." Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018. Accessed January 11, 2023. <http://etheses.uin-malang.ac.id/12414/>.

Nengsih, Mimi Kurnia, and Mimi Vera Yustanti. "ANALISIS SISTEM ANTRIAN PELAYANAN ADMINISTRASI PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT PADMALALITA MUNTILAN." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 1 (June 28, 2019): 68–78. Accessed October 17, 2022. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/Insight/article/view/7752>.

Ph.D, Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron M.Pd, Taofan Ali Achmadi M.Pd, and Deepublish. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish, 2020.

Pradana, Aria Ahmad, and Retno Yustini Wahyuningdyah. "Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan Dalam Toko Dan Suasana Toko Terhadap

Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid Di Kota Semarang.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)* 2, no. 1 (July 30, 2019): 47–75. Accessed October 18, 2022. <http://journal.unika.ac.id/index.php/jemap/article/view/2099>.

Pradana, Dedhy, Syarifah Hidayah, and Rahmawati Rahmawati. “Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor.” *KINERJA* 14, no. 1 (January 9, 2018): 16. Accessed January 12, 2023. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/2445>.

Ramadhani, Prabu Setyo. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA HELM MEREK GM DI PURWOREJO.” *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 11, no. 2B (July 3, 2015). Accessed October 17, 2022. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segment/article/view/3970>.

Rifa’i, Moh. “ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN OMSET USAHA RITEL.” *IZZI: JURNAL EKONOMI ISLAM* 1, no. 1 (January 30, 2021): 28–41. Accessed October 18, 2022. <http://jurnal.stebibama.ac.id/index.php/IZZI/article/view/18>.

- Santoso, Giovanni Adrian, and Innocentius Bernarto. "PENGARUH WAKTU TUNGGU YANG SINGKAT, KETERJANGKAUAN HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI KLINIK GIGI CDC." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 9, no. 1 (April 6, 2022). Accessed October 18, 2022. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/39059>.
- Setiawan, Faiz Junanda, and Anton Eko Yulianto. "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMRAH PT ODIFA JELAJAH DUNIA." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10, no. 10 (2021). Accessed October 6, 2022. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4351>.
- Setiawati, Setiawati. "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–1590. Accessed October 12, 2022. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308>.
- S.H, Valerie Augustine Budianto. "Arti Landasan Filosofis, Sosiologis, dan Yuridis - Klinik Hukumonline." *hukumonline.com*. Accessed October 18, 2022. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-landasan-filosofis--sosiologis--dan-yuridis-lt59394de7562ff>.

Shabrina, Nina, Darmadi Darmadi, and Ratna Sari. “Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia.” *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora* 3, no. 2 (September 8, 2020): 164–173. Accessed October 11, 2022.

<http://www.jurnalmadani.org/index.php/madani/article/view/108>.

Slat, Andre Henri. “ANALISIS HARGA POKOK PRODUK DENGAN METODE FULL COSTING DAN PENENTUAN HARGA JUAL.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 3 (May 7, 2013). Accessed October 17, 2022. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638>.

Thifany, Silvana Athaya, Corry Yohana, and Basrah Saidani. “Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Langganan Provider Musik.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan - JBMK* 2, no. 2 (November 9, 2021): 510–523. Accessed October 18, 2022. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/318>.

Tim Penyusun. “Pelayanan Terpadu Satu Pintu - Kementerian Agama Kota Surabaya.” *PROFIL KEMENAG KOTA SURABAYA*. Accessed December 22, 2022. <https://webptsp.kemenagsurabaya.online/profil.html>.

———. “PELAYANAN TERPADU SATU PINTU (PTSP).” *VISI DAN MISI*. Accessed December 22, 2022.

<https://kemenagsurabaya.online/page/detail/visi-dan-misi>.

Tjahjono, Amelia. “ANALISA MARKETING MIX, LINGKUNGAN SOSIAL, PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PAKAIAN WANITA.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 1, no. 2 (July 9, 2013): 1–9. Accessed October 9, 2022. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1017>.

Wahyu Utomo. “Mengupas Pendaftaran Haji Khusus Sesuai PMA 6 Tahun 2021.” Accessed October 6, 2022. <https://kemenag.go.id/read/mengupas-pendaftaran-haji-khusus-sesuai-pma-6-tahun-2021-nvpvj>.

Widodo, Prasetyo Budi. “Reliabilitas Dan Validitas Kosntruk Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia.” *Jurnal Psikologi* 3, no. 1 (2006): 1–9. Accessed December 22, 2022. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/686>.

Yuliani, Made Pasmii, and I. Nengah Suarmanayasa. “Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Pada Marketplace Tokopedia.” *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3, no. 2 (2021): 146–154. Accessed October 18, 2022. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/31539>.

Zubaedi, Zubaedi. “ANALISIS PROBLEMATIKA MANAJEMEN PELAKSANAAN HAJI INDONESIA

(Restrukturisasi Model Pengelolaan Haji Menuju Manajemen Haji Yang Modern).” *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (December 16, 2016): 191–200. Accessed October 6, 2022.
<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/182>.

“ANALISA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PERSPEKTIF ILMIAH DAN ISLAM.” *Jurusan Teknik Industri*, January 18, 2018. Accessed October 18, 2022.
<https://industrial.uii.ac.id/analisa-pengambilan-keputusan-dalam-perspektif-ilmiah-dan-islam/>.

Belajar Mudah SPSS untuk Pemula. Penerbit Mediakom, n.d.

“Konsultan Statistik,” n.d. Accessed October 12, 2022.
<https://www.konsultanstatistik.com/>.

“Tafsir Al-Mishbah Jilid 10 -Dr. M. Quraish Shihab-Pages-Deleted.Pdf.” *Google Docs*. Accessed January 11, 2023.
https://drive.google.com/file/d/1ZG1MwgKH7sGCOWkR-7gn-5PeLaafgpKd/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.

“Tafsir Ibnu Katsir 30 Juz.Rar.” *Google Docs*. Accessed January 11, 2023. https://drive.google.com/file/d/0B-CR_A8OewYaXzhUQkVNVFhzRjA/view?usp=sharing&usp=embed_facebook.