



**DETERMINAN KEPUTUSAN MENJADI JAMA'AH
UMRAH PADA PT. ARYATI TOUR DAN
TRAVEL HAJI & UMRAH CABANG
SIBOLGA-TAPTENG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh

**SA'ADAH ASHWANI
NIM. 17 402 00065**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**DETERMINAN KEPUTUSAN MENJADI JAMA'AH
UMRAH PADA PT. ARYATI TOUR DAN
TRAVEL HAJI & UMRAH CABANG
SIBOLGA-TAPTENG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang
Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**SA'ADAH ASHWANI
NIM. 17 402 00065**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M. A.
NIP. 19730725 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Arti Damisa, M. E. I.
NIDN. 2020128902**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. SA'ADAH ASHWANI
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, 18 April 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb


Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SA'ADAH ASHWANI yang berjudul **"Determinan Keputusan Menjadi Jam'ah Umrah Pada PT. Aryati Tourdan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng"** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. H. Arbanur Rasyid, M. A.
NIP. 19730725 199903 1 002

PEMBIMBING II


Arti Damisa, M. E. I.
NIDN. 2020128902

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SA'ADAH ASHWANI
NIM : 17 402 00065
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah Pada PT.Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 18 April 2022

Saya yang Menyatakan,


SA'ADAH ASHWANI
NIM. 17 402 00065

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : SA'ADAH ASHWANI

NIM : 17 402 00065

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 18 April 2022

Yang menyatakan,




SA'ADAH ASHWANI
NIM. 17 402 00065




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : SA'ADAH ASHWANI
NIM : 17 402 00065
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah
Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah
Cabang Sibolga-Tapteng


Ketua


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Sekretaris



Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001


H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301


Windari, S.E., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/12 Mei 2022
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/67,5 (C)
Index Prestasi Kumulatif : 3,70
Predikat : PUJIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN MENJADI JAMA'AH
UMRAH PADA PT. ARYATI TOUR DAN TRAVEL HAJI &
UMRAH CABANG SIBOLGA-TAPTENG**
NAMA : SA'ADAH ASHWANI
NIM : 17 402 00065

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 12 Mei 2022
Dekan,



Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
19780818 200901 1 015



ABSTRAK

Nama : Sa'adah Ashwani
Nim : 17 402 00065
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.**

Keputusan pembelian merupakan hal sangat penting dalam memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu lokasi dan kualitas pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah fasilitas tempat parkir dan ruang tunggu bagi nasabah kurang luas. Harga yang ditawarkan oleh PT. Aryati cukup mahal. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Penelitian ini berkaitan dengan manajemen bisnis. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang meliputi lokasi dan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan model analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 76 responden yang diambil dari jama'ah umrah yang berada di wilayah Sibolga dan Tapteng. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengamatan, wawancara, angket dan dokumentasi, kemudian analisis dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS versi 25.

Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara simultan (uji F) dan uji statistik secara parsial (uji t)

Hasil analisis dalam penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,795 > 1,666$), maka terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,358 > 1,666$), maka terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan lokasi dan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($65,859 > 2,730$), artinya terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Dengan *R Square* sebesar 0,643 atau 64,3% sisanya sebesar 0,357 atau 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Determinan Keputusan Menjadi Jama’ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M. A., selaku wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan

Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M. Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M, Si,. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M. A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M. P,. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, Serta seluruh civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M. A selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, M. E I, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta (Ayahanda Abdul Muktar dan Ibunda tercinta Syukraini Tanjung) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya.
8. Untuk kakak dan abang peneliti saudari Nur Aina Lubis, Nur Ainun Lubis, Musdalifah Lubis, saudara Muhammad Syahrrio dan Rafik Hariri Lubis, serta seluruh keluarga besar peneliti yang tiada bosan memberikan motivasi dan dukungannya serta doa untuk kesuksesan peneliti.
9. Untuk sahabat peneliti, Mariati S. E, Nurintan S. E, Syafitri Manurung, Devri Novita Sari S. E, Nur Saidah Lubis S. E, Afrida Yasni Lubis yang selalu memberikan motivasi dan dukungan, semangat dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Program Studi Ekonomi Syariah Syariah-MB1 mahasiswa angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, April 2022
Peneliti,

SA'ADAH ASHWANI
NIM: 17 402 00065

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ħa | ħ | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | zal | z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan ye |
| ص | šad | š | Es (dengan titik dibawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |

| | | | |
|---|--------|-------|----------|
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ..’.. | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| — | <i>Fathah</i> | A | A |
| — | <i>Kasrah</i> | I | I |
| و | <i>Dommah</i> | U | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|-----------------|-----------------------|----------|---------|
|ي | <i>fathah dan ya</i> | Ai | a dan i |
| و..... | <i>fathah dan wau</i> | Au | a dan u |

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| ا.....ى | <i>fathah dan alif atau ya</i> | ā | a dan garis atas |
| ى.....ى | <i>Kasrah dan ya</i> | ī | i dan garis di bawah |
| و.....و | <i>ḍommah dan wau</i> | ū | u dan garis di atas |

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍommah*, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﺀ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan

maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL/SAMPUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI | |
| SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI | |
| PENGESAHAN DEKAN | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN | vi |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 7 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 7 |
| E. Rumusan Masalah | 8 |
| F. Tujuan Penelitian | 9 |
| G. Manfaat Penelitian | 9 |
| H. Sistematika Pembahasan | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Konsep Keputusan Pembelian | 12 |
| 1. Konsep Keputusan Pembelian | 12 |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 13 |
| 3. Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam | 14 |
| 4. Indikator keputusan pembelian | 15 |
| B. Lokasi | 16 |
| 1. Pengertian Lokasi | 16 |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi | 17 |
| 3. Indikator Lokasi | 18 |
| C. Kualitas Pelayanan | 18 |
| 1. Pengertian Kualitas Pelayanan..... | 18 |
| 2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik..... | 20 |
| 3. Pandangan Islam Mengenai Kualitas Pelayanan | 21 |
| 4. Indikator Kualitas Pelayanan | 23 |
| D. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 24 |
| E. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 25 |
| F. Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| G. Kerangka Pikir | 37 |
| H. Hipotesis | 38 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 40 |
| B. Jenis Penelitian | 40 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 41 |
| D. Sumber Data Penelitian | 43 |
| E. Instrumen Pengumpulan Data | 43 |
| F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 46 |
| G. Teknik Analisis Data | 48 |
| 1. Uji Normalitas..... | 49 |
| 2. Uji Linieritas | 49 |
| 3. Uji Statistik Deskriptif | 50 |
| 4. Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| a. Uji Multikolinieritas | 50 |
| b. Uji Heterokedastisitas | 51 |
| 5. Uji Hipotesis | 51 |
| a. Uji Parsial (Uji t)..... | 51 |
| b. Uji Simultan (Uji F) | 52 |
| c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 53 |
| 6. Uji Regresi Linear Berganda | 54 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 56 |
| 1. Sejarah Singkat PT. Aryati dan Tour Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng..... | 56 |
| 2. Struktur Organisasi PT. Aryati dan Tour Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng..... | 57 |
| 3. Karakteristik Responden..... | 58 |
| B. Hasil Analisis Data | 59 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas | 59 |
| 2. Uji Asumsi Dasar | 64 |
| a. Uji Normalitas | 64 |
| b. Uji Linearitas..... | 65 |
| c. Uji Statistik deskriptif | 66 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 67 |
| a. Uji Multikolinearitas | 67 |
| b. Uji Heteroskedastisitas..... | 68 |
| 4. Uji Hipotesis | 69 |
| a. Uji Siginifikan Parsial (Uji t) | 69 |
| b. Uji Simultan (Uji F) | 70 |
| c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 70 |
| 5. Analisis regresi linear Berganda | 71 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 72 |
| D. Keterbatasan Penelitian | 77 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 79 |
|---------------------|----|

B. Saran80

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel I.1 Jumlah Jama'ah yang Mendaftar di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng..... | 5 |
| Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel | 8 |
| Tabel II.1 Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| Tabel III.1 Penetapan Skor Skala Alternatif atas Jawaban Kuesioner..... | 45 |
| Tabel III.2 Kisi-kisi Angket Lokasi | 45 |
| Tabel III.3 Kisi-kisi Angket Kualitas Pelayanan | 45 |
| Tabel III.4 Kisi-kisi Angket Keputusan Pembelian | 45 |
| Tabel IV.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 58 |
| Tabel IV.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden | 59 |
| Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 60 |
| Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Lokasi..... | 60 |
| Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan..... | 61 |
| Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian..... | 62 |
| Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi..... | 63 |
| Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan..... | 63 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov..... | 64 |
| Tabel IV.10 Hasil Uji Linearitas Lokasi | 65 |
| Tabel IV.11 Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan | 66 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 66 |
| Tabel IV.13 Hasil Uji Multikolinearitas | 67 |
| Tabel IV.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 68 |
| Tabel IV.15 Hasil Uji Signifikan Parsial (uji t) | 69 |
| Tabel IV.16 Hasil Uji Signifikan Simultan (uji F)..... | 70 |
| Tabel IV.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 71 |
| Tabel IV.18 Analisis Regresi Linear Berganda | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar II.1 Kerangka Pikir..... | 37 |
| Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng..... | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 2 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 : Daftar Pernyataan Angket
- Lampiran 4 : Hasil Uji Kuesioner
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 12 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 13 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 14 : Hasil Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha di Indonesia, perkembangan usaha dibidang jasa khususnya jasa Haji dan Umrah yang semakin maju dan berkembang dengan baik. Umrah menjadi alternatif bagi jama'ah yang ingin segera melihat ka'bah dan menunaikan haji kecil. Kondisi ini membuat peluang usaha travel pemberangkatan umrah semakin prospektif. Umrah merupakan ibadah yang dalam penyelenggaraannya tidak ditangani langsung oleh pemerintah, sehingga dengan demikian peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para biro transportasi swasta yaitu dengan menyelenggarakan program Umrah dengan menyediakan fasilitas demi kenyamanan ibadah Umrah.

Haji merupakan suatu rukun Islam yang kelima dan Ibadah Haji merupakan suatu amal ibadah yang dilakukan dengan sengaja mengunjungi Baitullah di Makkah dengan maksud beribadah dengan ikhlas mengharap keridhaan Allah dengan syarat dan ketentuan tertentu. Haji termasuk rukun Islam yang kelima dan wajib dilaksanakan bagi orang yang mampu, berakal, dan dewasa. Mampu yang dimaksud adalah mampu secara fisik, keilmuan, maupun materi.¹Ibadah Haji dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT sekaligus dapat mengetahui dan melihat langsung bagaimana bentuk ka'bah, bukit syafa dan marwah, dan lain sebagainya.

¹ Zaenal Abidin, *Fiqih Ibadah* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia), 2020, hlm. 6.

Umrah merupakan mengunjungi Baitullah dengan maksud beribadah kepada Allah dengan cara-cara tertentu menurut syarak. Ibadah Umrah dibedakan menjadi dua yaitu umrah yang dilakukan sewaktu-waktu dan Umrah yang dilakukan dalam rangkaian Ibadah Haji, sehingga dilakukan pada bulan Haji pula. Perbedaan Haji dan Umrah dilihat dari segi hukumnya, hukum Haji adalah wajib bagi orang yang mampu menjalankannya. Haji merupakan rukun Islam yang kelima, dan hukumnya wajib dilaksanakan bagi seluruh umat Islam yang memenuhi syarat wajib untuk melaksanakannya. Sedangkan hukum Umrah adalah sunnah. Umrah dianggap sebagai penyempurna ibadah. Perbedaan waktu pelaksanaan Haji dan Umrah adalah waktu pelaksanaan Haji hanya bisa dilakukan sekali setahun atau antara tanggal 13 Zulhijjah. Sementara waktu pelaksanaan Umrah bisa kapan saja dilakukan, kecuali pada hari tertentu seperti hari Arafah pada tanggal 10 Zulhijjah dan hari-hari Tasyrik pada tanggal 11, 12, 13 Zulhijjah. Perbedaan rukun Haji dan Umrah adalah rukun-rukun Haji ada lima, yaitu niat ihram, wuquf di Padang Arafah, tawaf, sa'I dan memotong rambut, sedangkan rukun umrah sama dengan Haji, kecuali wuquf di Padang Arafah.²

Perkembangan yang pesat pada usaha ini akan menimbulkan persaingan yang ketat antara usaha travel yang satu dengan yang lainnya. Persaingan yang ketat merupakan salah satu yang mempengaruhi keberhasilan dalam suatu perusahaan. Untuk itu setiap perusahaan

² Zaenal Abidin, hlm. 7-9.

khususnya biro jasa membuat strategi yang khusus agar mampu bersaing dengan biro jasa yang lainnya. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meraih konsumen adalah salah satu dengan membuat lokasi yang mudah terjangkau, dengan jaringan bisnis yang banyak, handal dan sebaran yang tepat akan sangat membantu perusahaan untuk mendistribusikan jasanya kepada para pelanggan dengan efektif.

Menurut Mursyid lokasi adalah suatu penjelasan teoritis yang dikaitkan dengan tata ruang dari kegiatan.³ Pelanggan akan lebih mudah dan cepat memperoleh jasanya dibandingkan dengan tempat pelanggan jauh. Beberapa pelanggan sangat perlu perhatian yang menginginkan pelayanan khusus untuk didatangi langsung dan tidak usah repot ke tempat pelayanan. Lokasi adalah suatu penjelasan teoritis yang dikaitkan dengan tata ruang dari kegiatan. Pelanggan akan lebih mudah dan cepat memperoleh jasanya dibandingkan dengan tempat pelanggan jauh. Beberapa pelanggan sangat perlu perhatian yang menginginkan pelayanan khusus untuk didatangi langsung dan tidak usah repot ke tempat pelayanan.

Selain itu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan bagus. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang menguntungkan dalam masyarakat yang memberikan kepuasan. Menurut Tjptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang

³ M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2008), hlm. 22.

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴ Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk diperhatikan dalam penentuan laku atau tidaknya suatu produk ataupun jasa perusahaan dan kualitas pelayanan menjadi suatu faktor keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa perusahaan tersebut.

Dalam persaingan bisnis jasa Haji dan Umrah di Indonesia yang sudah berkembang dan tinggi nya minat dan keinginan orang muslim untuk bisa pergi beribadah ke tanah suci menjadikan peluang bagi usaha travel perjalanan Haji Umrah, dengan kondisi ini usaha travel perjalanan Haji dan Umrah semakin banyak bermunculan yang menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi ketat, sehingga setiap perusahaan harus membentuk strategi-strategi yang bagus untuk mendapatkan jama'ah, khususnya dalam strategi pemasaran.

Seperti strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng yang merupakan salah satu perusahaan biro perjalanan Umrah, Haji, wisata, Ziarah, tour dalam Negeri, tour luar Negeri, ticketing. PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng merupakan bagian dari *holding company* yang berada di Kota Sibolga Jl. Sisingamangaraja No. 147 Sibolga. PT.

⁴ Fandy Tjptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Erlangga, 2006), hlm. 32.

Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng melakukan strategi pemasaran dengan membuat lokasi yang mudah dikunjungi dan di temui oleh masyarakat yang di Kota Sibolga, akan tetapi fasilitas yang diberikan PT. Aryati kurang memadai seperti halnya tempat parkir yang kurang luas dan ruang tunggu bagi nasabah juga kurang luas sehingga nasabah merasa kurang nyaman saat mendaftar atau mengunjungi PT. Aryati.⁵ Selain itu, kualitas pelayanan di PT. Aryati memberikan kualitas yang baik akan tetapi masyarakat lebih memilih Biro Travel yang berada di Medan. Dikarenakan harga yang ditawarkan oleh PT. Aryati Tour dan Travel cukup mahal, sehingga keputusan konsumen di PT. Aryati Tour dan Travel haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng menurun.⁶

Tabel I. 1
Jumlah Jama'ah Umrah yang mendaftar di PT. Aryati Tour dan
Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng
dari Tahun 2015-2019

| Tahun | Jumlah Jama'ah Umrah dalam Setahun |
|--------------|---|
| 2015 | 90 |
| 2016 | 65 |
| 2017 | 59 |
| 2018 | 53 |
| 2019 | 48 |
| Total | 315 |

Sumber. PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga Tapteng.

⁵ Hasil Wawancara, dengan Pak Chairul Amin Simamora (Masyarakat Sibolga-Tapteng), 18 Januari 2021, pukul. 10.00 WIB.

⁶Hasil Wawancara, dengan Ibu Mawarni Panggabean dan Ibu Hamidah Siregar (Masyarakat Sibolga-Tapteng), 20 Januari 2021, pukul. 15.00 WIB.

Berdasarkan tabel jumlah jama'ah umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Pada tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 25 orang, dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 6 orang, dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan juga sebanyak 6 orang, dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebanyak 5 orang. Penyebab turunnya jumlah jama'ah disebabkan karena ruang tunggu dan tempat parkir yang disediakan oleh PT. Aryati kurang luas sehingga tidak memberikan kenyamanan terhadap pelanggan dan harga yang ditawarkan oleh PT. Aryati cukup mahal.

Peneliti memilih lokasi dan kualitas pelayanan sebagai faktor-faktor yang diteliti pada penelitian ini. Hal ini disebabkan karena lokasi dan kualitas pelayanan merupakan hal yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan laba perusahaan. Berdasarkan pada penelitian Dedi Jumentoro, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁷

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Determinan Keputusan Jama'ah Umrah PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng”**.

⁷Dedi Jumentoro, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Warung Nasi Bapak Ute),” (*Skripsi*, Universitas Pelita Bangsa Bekasi, 2019). hlm. 69.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dapat diidentifikasi dalam beberapa masalah antara lain :

1. lokasi mudah dikunjungi akan tetapi fasilitas tempat parkir kurang luas dan ruang tunggu bagi nasabah kurang luas.
2. Kualitas pelayanan pada PT. Aryati cukup baik akan tetapi harga yang ditawarkan oleh PT. Aryati cukup mahal.
3. Jumlah keputusan menjadi jama'ah umrah menurun.

C. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang teridentifikasi pada penelitian ini, maka perlu dilakukan batasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebesar besar pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi Jama'ah Umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ini bertujuan untuk memberikan penjelasan masing-masing variabel. Dalam penelitian ini memiliki tiga variabel yang terdiri dari dua variabel *independen* (variabel bebas) dan satu variabel *dependen* (variabel terikat) yaitu:

1. Variabel *independen* (X) yaitu lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2).
2. Variabel *dependen* (Y) yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel I. 2
Definisi Operasional Variabel

| No. | Jenis Variabel | Definisi Variabel | Indikator Variabel | Skala Pengukuran |
|-----|---|--|---|------------------|
| 1. | Keputusan Pembeli (Variabel Y) | Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. ⁸ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan akan jasa 2. Publiknya jasa 3. Manfaat akan jasa 4. Sikap orang lain mengenai jasa 5. Kepuasan terhadap jasa | Ordinal |
| 2. | Lokasi (Variabel X ₁) | Lokasi adalah saluran distribusi dimana produk disediakan untuk terjadinya penjualan. ⁹ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aksesibilitas 2. Kenyamanan 3. Tata letak 4. Kemudahan dan ketersambungan jaringan | Ordinal |
| 3. | Kualitas Pelayanan (Variabel X ₂) | Kualitas pelayanan adalah suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima. ¹⁰ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tanggap 2. Jaminan 3. Bukti fisik 4. Kehandalan 5. Empati | Ordinal |

E. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

⁸ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 4.

⁹ Tandi Larasati Putri, "Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank syariah," (*Skripsi*, IAIN Salatiga 2017), hlm. 25.

¹⁰ Risdiani Rahmi Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR IB Muamalah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan," (*Skripsi*, IAIN Padangsidempuan 2015), hlm. 11.

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi Jama'ah Umrah PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi Jama'ah Umrah PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng ?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi Jama'ah Umrah PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini berguna untuk memberikan wawasan pengetahuan yang lebih dari penelitian sebelumnya serta pengalaman berharga dalam menerapkan teori-teori yang didapat dari bangku kuliah serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 pada IAIN Padangsidimpuan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan menjadi salah satu masukan yang positif dan dapat meningkatkan keputusan menjadi jama'ah umrah di PT. Aryati Tour Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Bagi lembaga perguruan tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan perpustakaan IAIN Padangsidimpuan, memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya, serta membantu para mahasiswa/mahasiswi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi pihak lain

Peneliti ini bisa dimanfaatkan untuk menambah ilmu dan informasi dan dapat dijadikan sebagai contoh untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam menyusun proposal ini dan agar lebih mudah dipahami pembaca. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, bab ini terdiri dari penjelasan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

Bab II Kerangka Teori, dalam bab ini dibahas mengenai landasan teori yang membahas tentang pengertian keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, pengertian lokasi, dan pengertian kualitas pelayanan, serta penelitian terdahulu dicantumkan sebagai gambaran bahwa penelitian ini sudah pernah diteliti sebelumnya.

Bab III metodologi penelitian, dalam bab ini berisikan mengenai waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV pembahasan, dalam bab ini berisikan hasil penelitian yang terdiri dari pembahasan dan penemuan data.

Bab V penutup, berisikan kesimpulan dari keseluruhan isi proposal/ skripsi sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran yang diberikan kepada pihak-pihak terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Keputusan Pembelian

1. Konsep Keputusan Pembelian

Menurut Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto menyatakan bahwa keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjtnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.¹¹

Menurut Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto menyatakan bahwa pembelian adalah bagian dari kegiatan bisnis perusahaan yang menyediakan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen .¹² Menurut Mulyadi, keputusan pembelian adalah mengiidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif

¹¹ Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (Jakarta: NEM, 2020), hlm. 7.

¹² Richardus Eko Indtajit dan Richardus Djokopranoto, *Proses Bisnis Outsourcing* (Jakarta: Grasindo, 2003), hlm. 117.

secara sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing.¹³

Menurut Alma, keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa *response* yang muncul produk apa yang akan dibeli.¹⁴ Keputusan Pembelian adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

- a. Faktor pribadi merupakan karakteristik pribadi dengan cara penawaran harga yang relative terjangkau, promosi jenis atau warna yang disediakan yang dilakukan untuk memengaruhi konsumen supaya termotivasi untuk membeli.
- b. Faktor sosial merupakan faktor dari intern dan eksternal dengan cara menciptakan interaksi yang positif dengan pelayanan yang baik.

¹³ Mulyadi Nitisusantro, *Perilaku Konsumen* (Semarang: Alfabert, 2011), hlm. 195.

¹⁴ Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 102.

- c. Faktor budaya merupakan persepsi yang positif dengan memudahkan pembelian dalam kredit dengan pembayaran angsuran yang lebih rendah dilakukan untuk mempermudah konsumen apabila kemampuan ekonomi tidak mencukupi dalam pembelian *cash*.
- d. Faktor psikologi merupakan rangsangan untuk membentuk simpati konsumen agar konsumen penasaran akan produk pemasaran dengan memberikan pengetahuan kualitas produk.
- e. Faktor situasi merupakan faktor yang dapat dipandang pengaruhnya dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang terlepas dari karakter konsumen dan karakteristik objek.¹⁵

3. Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam

Menurut pandangan Islam, dalam proses jual beli dibolehkan untuk meneruskan jual beli (membeli) atau membatalkannya. Hal tersebut disebut dinamakan *khiyar*. *Khiyar* menurut pasal 20 ayat 8 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.¹⁶

Al-Qur'an dan Hadist memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku

¹⁵ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 115.

¹⁶ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah* (Jakarta: Mardani, 2015), hlm. 105.

konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.

4. Indikator Keputusan Pembelian

Adapun indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Ketler sebagai berikut:

- a. **Kebutuhan.** Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia untuk mempertahankan keseimbangan fisiologis maupun psikologis
- b. **Manfaat.** Merupakan tahap pengambilan keputusan pembelian konsumen dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaat dari satu barang atau jasa tersebut
- c. **Sikap orang lain.** Merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen mendapat rekomendasi dari orang lain
- d. **Kepuasan.** Kepuasan merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran, serta menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis. Dimana konsumen akan mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.¹⁷

¹⁷ Kotler dan Ketler, *Manajemen pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 108.

B. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis maupun dapat membantu kinerja dari pemasarannya tersebut. Lokasi yang strategis akan memudahkan para konsumen untuk mengakses perusahaan sehingga keputusan pembelian tetap tinggi. Menurut Basu Swasta lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Menurut Lupiyoadi “dimana suatu perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi kegiatannya”.

Menurut Hendri Ma'ruf menyatakan bahwa lokasi adalah tempat berlangsungnya suatu usaha, idealnya pemberi jasa memiliki lokasi yang baik sebagai tempat usahanya, tempat yang disukai baik oleh produsen maupun konsumen.¹⁸ Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian, lokasi juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen.

Berdasarkan pemaparan tentang lokasi diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan selalu mempertimbangkan akan membeli suatu produk dengan melihat faktor lokasi yang sesuai, dan dekat tidaknya

¹⁸ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006), hlm. 113.

lokasi tersebut menjadi salah satu faktor pelanggan menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi adalah sebagai berikut :

- a. Biaya. Biaya yang langsung dapat diidentifikasi dan secara tepat ditentukan jumlahnya.
- b. Sikap. Sikap dari pemerintah pusat, daerah dan local terhadap kepemilikan seasta, penetapan zona, dan polusi serta stabilitas karyawan mungkin akan terus berubah.¹⁹
- c. Intensif pajak. Beberapa pemerintah daerah mungkin bersedia memberikan kredit pajak untuk menarik perusahaan ke daerah mereka, pemerintah memberikan intensif ini untk menaikkan tingkat kerja dan meningkatkan kondisi perekonomian didaerahnya.
- d. Faktor-faktor lokasi yang dominan. Pemilihan lokasi untuk pelayanan (*trade-off*) diantara manfaat dan biaya. Bebarapa faktor yang dominan antara lain dekat dengan pelanggan, biaya lokasi, dekat dengan pesaing, tersedianya sistem pendukung, faktor lingkungan atau geografi, iklim bisnis, komunikasi, transportasi, dan keinginan personal terhadap pimpinan.

¹⁹ Hendri Ma'ruf, hlm. 117.

- e. *Multiple Locations*. Lokasi yang dipilih sebaiknya tidak hanya satu. Hal ini berarti perusahaan atau organisasi harus menentukan beberapa lokasi yang masuk nominasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Indikator Lokasi

- a. Aksesibilitas. Misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Kenyamanan. Kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan mulai dari memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen seperti ruang tunggu yang nyaman dan bersih.
- c. Tata letak. Tata letak lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan, Tempat parkir yang luas dan aman,
- d. Kemudahan dan ketersambungan jaringan. Kemudahan dalam ketersambungan jaringan akan lebih memudahkan perusahaan dalam bekerja dan melayani para pelanggan.²⁰

C. Kualitas pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh konsumen atas harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima oleh konsumen.²¹ Kualitas keseluruhan ciri serta sifat dari

²⁰ Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: PT. Alfabeta, 2005), hlm.21.

²¹ Fitria Halim, dkk, *Manajemen Pemasaran jasa* (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 123.

produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetensi dalam usaha merebut pelanggan atau pasaran. Pelayanan juga merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produk pelayanan bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.²²

Menurut Pasalong, kualitas pelayanan adalah aktifitas seseorang, sekelompok/organisasi baik secara langsung atau tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²³ Menurut Gronross, kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.²⁴ Oleh karena itu, kualitas pelayanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan terhadap konsumen dengan sesuatu yang mampu memenuhi

²² Fitria halim, hlm. 124.

²³ Rinto Alexandro, *Kepuasan Mahasiswa dalam Pelayanan Akademik dan Kemahasiswaan* (Yogyakarta: Bildung, 2020), hlm. 1.

²⁴ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), hlm. 12.

kebutuhan atau keinginan pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedianya karyawan yang baik, karyawan yang baik merupakan suatu tahap yang sangat penting dalam suatu bisnis atau perusahaan, kenyamanan pengunjung sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.
- b. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi diartikan sebagai tandanya bahwa pengunjung itu memang pengunjung dari suatu perusahaan atau bisnis tersebut.
- c. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik merupakan hal yang penting karena karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik dapat memberikan pelayanan yang baik mulai dari cara berkomunikasi dengan pengunjung, cepat dalam memahami keinginan pengunjung.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal dan akhir, tanggung jawab sangat penting dalam melayani

pelanggan, mulai dari memberikan penjelasan yang tepat, dapat menuntut pelanggan dalam menjalani suatu transaksi dalam bisnis yang berlangsung apabila terjadi kesalahan.²⁵

- e. Mampu berkomunikasi dengan baik, mampu berkomunikasi dengan baik artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan atau pengunjung. Karyawan harus mampu berbicara dengan cepat memahami keinginan pengunjung.
- f. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan, berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya para karyawan khususnya *customer service* harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh para pengunjung. Karyawan yang lamban akan membuat pengunjung lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pengunjung secara cepat.
- g. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan diartikan karyawan yang dipekerjakan haruslah yang jujur dan dapat bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

3. Pandangan Islam Mengenai Kualitas Pelayanan

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik harus memberikan pelayanan yang baik, jangan memberikan

²⁵ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, hlm. 9.

pelayanan yang buruk kepada orang lain.²⁶ Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran: 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
 أَلْقَبُ لَأَنفَضُوا مِن حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ
 لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج
 إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

159. Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Sesungguhnya masing-masing manusia berjalan menurut mazhabnya sendiri-sendiri, baik orang yang bersyukur maupun orang yang kafir. Masing-masing dari mereka beramal menurut cara dan keadaannya sendiri-sendiri dalam menempuh petunjuk kesesatan,

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Bumi Restu, 2008), hlm. 72.

disamping sesuai dengan kebaikan dan keburukan yang telah tercetak masing-masing. Namun hanya Allah yang lebih tau dari siapapun juga tentang siapa diantara manusia yang lebih nyata jalannya maupun panutannya terhadap kebenaran dan lebih tau di antara manusia terhadap kesesatan jalan.²⁷

Masing-masing manusia melakukan apa yang dianggapnya baik, Allah dan Rasul-nya tidak akan memaksa, paling mengingatkan bahwa yang Maha Kuasa itu lebih mengetahui siapa yang berbuat baik dan siapa pula yang sesat, dan berdasarkan pengetahuan-Nya yang terbukti dalam kenyataan. Dia memberikan bagi masing-masing balasan dan ganjaran yang sesuai. Kaitannya dengan kualitas pelayanan yaitu bahwa setiap manusia dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaannya, tentulah harus dikerjakan sesuai dengan porsi kemampuan kita masing-masing, yang karena demikian itu pekerjaan dapat terselesaikan dengan sempurna dan semestinya. Seseorang yang memberikan layanan dan ia tidak boleh mengikutsertakan urusan pribadi ke dalam pekerjaannya.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

- a. *Responsiveness* (Daya Tanggap). Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan

²⁷ Ahmad Mustafa Al- Maraghiy, *Tafsir Al-Maraghiy* (Jakarta: Bumi Restu, 2008), hlm. 166.

- b. *Asurance* (Jaminan). Pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan
- c. *Tangibles* (Bukti fisik). Bukti yang nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa tertentu bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa
- d. *Reliability* (Kehandalan). Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
- e. *Emphaty* (Empati). Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.²⁸

D. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Yazid menyatakan bahwa pengaruh lokasi ternyata bisa sangat signifikan. Dilihat dari perspektif waktu, pentingnya pemilihan lokasi akan semakin mempertegas, yaitu bila lokasi dikaitkan dengan perspektif jangka-panjang maupun jangka-pendek dan dampaknya terhadap keseluruhan strategi produsen. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategik, seperti fleksibilitas, *competitive*

²⁸ Fitria Halim, hlm. 130.

positioning, manajemen permintaan dan fokus strategis, faktor lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis.²⁹

Menurut Fandi Tjiptono menyatakan bahwa fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya capital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsive terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya dan persaingan dimasa mendatang. Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Pada banyak jenis jasa, persepsi yang diperoleh dan interaksi pelanggan.³⁰

Dengan beberapa kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dikarenakan lokasi sebagai strategis yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Maka dari itu lokasi pada PT. Aryati berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

E. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Swasta Pelayanan dalam Tjiptono bahwa kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dapat mendefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan

²⁹ Yazid, *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi* (Yogyakarta: Ekonesia Fakultas Ekonomi UII, 2008), hlm. 157.

³⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018), hlm. 68.

tujuan tertentu. Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, menurut Wyckof dalam Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³¹

Dengan beberapa kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu yang sangat penting diperhatikan dalam suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga memberikan pengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian. Maka dari itu kualitas pelayanan pada PT. Aryati berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

F. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian mengenai pengaruh terhadap keputusan pembelian telah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut menjadi suatu acuan dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama dan Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----|--|--|--|
| 1. | Fahmi Ananda, Hubungan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Dengan Keputusan Pembelian di Warung Makan Sahabat (Mas | Penelitian Fahmi Ananda terdiri dari empat variabel: a. Kualitas Pelayanan (X1) b. Persepsi Harga (X2) c. Lokasi (X3) | Terdapat hubungan yang cukup positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama mempunyai hubungan dengan |

³¹ Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), hlm. 51.

| | Imron) Kabupaten Tegal. (2020) ³² | Keputusan Pembelian (Y) | keputusan pembelian |
|----|---|--|---|
| 2. | Robin dan Charles Pramudana, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian bahan Bakar pada SPBU Singapore Station Katamso Medan. (2021) ³³ | Penelitian Robin dan Charles Pramudana terdiri dari tiga variabel: a. Lokasi (X1) b. Kualitas Pelayanan (X2) c. Keputusan Pembelian (Y) | Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 3. | Korniawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa, Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di T.B Rajawali Kalicilik, Demak. (2015) ³⁴ | Penelitian Fitriani Isnaini terdiri dari empat variabel: a. Lokasi (X1) b. Kualitas Pelayanan (X2) c. Persepsi Harga (X3) d. Keputusan Pembelian (Y) | Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |
| 4. | Nian Wafitrotul Fitria, Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo. (2018) ³⁵ | Penelitian Nian Wafitrotul Fitria terdiri dari tiga variabel: a. Lokasi (X1) b. Promosi (X2) c. Keputusan Pembelian (Y) | Dari hasil pengujian diperoleh $F_{hitung} > F_{table}$ ($23,814 > 3,96$) maka H_3 diterima, artinya lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo. |

³² Fahmi Ananda, "Hubungan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian di Warung Makan Sahabat (Mas Imron) Kabupaten Tegal," (Skripsi, Universitas Pancasakti Tegal 2020).

³³ Robin Charles Pramudana, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan bakar pada SPBU Singapore Station Katamso Medan," *Jurnal Of Sustainable Business*, Vol. 2, No. 1 (2021).

³⁴ Korniawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa, "Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi harga Terhadap Keputusan pembelian di T.b Rajawali kalicilik, Demak," *Jurnal Of Management*, Vol. 4, No. 4 (2015).

³⁵ Nian Wafitrotul Fitria, "Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo," Skripsi, IAIN Ponorogo 2018.

| | | | |
|----|---|---|--|
| 5. | Armeliyani, Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Dange Di Desa Benteng kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. (2018) ³⁶ | Penelitian Armeliyani terdiri dari empat variabel: a. Kualitas Produk (X1) b. Harga (X2) c. Lokasi (X3) d. Keputusan Konsumen (Y) | Kualitas produk, harga dan lokasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle kabupaten Pangkep. |
| 6. | Dedi Jumantoro, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Nasi Bapak Ute (2019) ³⁷ | Penelitian Dedi Jumantoro terdiri dari tiga variabel: a. Kualitas Pelayanan (X1) b. Lokasi (X2) c. Keputusan Pembelian (Y) | Pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan pembelian, pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas layanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian. |
| 7. | Irene Dialiwi, Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CIAO GELATO Gejayan Yogyakarta. (2017) ³⁸ | Penelitian Irene Dialiwi terdiri dari empat variabel: a. Kualitas Produk (X1) b. Lokasi (X2) c. Pelayanan (X3) d. Keputusan Pembelian (Y) | Kualitas produk, lokasi, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan |

³⁶Armeliyani, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep," Skripsi, UN Makassar 2018.

³⁷Dedi Jumantoro, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Warung Nasi Bapak Ute)," (Skripsi, Universitas Pelita Bangsa Bekasi 2019).

³⁸Irene Dialiwi, "Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2017).

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | | | pembelian. |
| 8. | Mundir, Analisis Pengaruh harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Mitra Nelayan Tanara Serang Banten). (2015) ³⁹ | Penelitian Mundir terdiri dari empat variabel: a. Harga (X1) b. Lokasi (X2) c. Kualitas Pelayanan (X3) d. Keputusan Pembelian (Y) | Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} (40,015) > F_{tabel} (2,77) memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian. |
| 9. | Bangkit Suryo Prayogo, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan di Bengkel Sampurno Motor di Ceper. (2021) ⁴⁰ | Penelitian Bangkit Suryo terdiri dari tiga variabel yaitu: a. Lokasi (X1) b. Kualitas Pelayanan (X2) c. Kepuasan Pelanggan (Y) | Dari hasil uji t (Parsial) diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Sampurno Motor. |
| 10. | Siti Aminah, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan. (2019) ⁴¹ | Penelitian Siti Aminah terdiri dari empat variabel: a. Harga (X1) b. Kualitas Pelayanan (X2) c. Citra Merek (X3) d. Keputusan Pembelian (Y) | Secara parsial dan simultan harga, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi jama'ah umrah PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan. |
| 11. | Maduretno dan Widowati | Penelitian Maduretno | Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh |

³⁹Mundir, "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian."

⁴⁰Bangkit Suryo Prayogo, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Sampurno Motor di Ceper," (Skripsi, Universitas Widya Dharma Klaten 2021).

⁴¹Siti Aminah, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan."

| | | | |
|-----|--|--|---|
| | Agus Budi Purwanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan <i>Visual Merchandising</i> sebagai Variabel Moderating (Studi kasus pada Minimarket alfamart Dikota Semarang. (2014) ⁴² | Widowati dan Agus Budi Purwanto terdiri dari tiga variabel: a. Kualitas Pelayanan (X1) b. Lokasi (X2) c. Keputusan Pembelian (Y) | secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh semakin kuat terhadap keputusan pembelian bila didorong oleh <i>visual merchandising</i> . |
| 12. | Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. (2012) ⁴³ | Penelitian Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan terdiri dari tiga variabel: a. Lokasi (X1) b. Kualitas Pelayanan (X2) c. Keputusan Nasabah (Y) | Pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia menggunakan pengujian parsial dan simultan atau uji <i>t</i> dan uji <i>f</i> . |
| 13. | Ni Kadek Dewi Susanti, dkk Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Kabupaten | Penelitian Ni Kadek dewi Susanti, Putu Herny Susanti dan Gusti Alit Suputra terdiri dari empat variabel: a. Lokasi (X1) b. Kelengkapan Produk (X2) c. Kualitas Pelayanan (X3) | Lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Blahkiuh di Badung. |

⁴² Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Visual Merchandising sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Minimarket Alfamart di Kota Semarang)," *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 9, No. 1 (2014).

⁴³ Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang," *Jurnal Muqtasid*, Vol. 1, No. 2 (2012).

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | Badung. (2012) ⁴⁴ | d. Keputusan Pembelian (Y) | |
| 14. | Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini, Pengaruh harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi di Sampang. (2012) ⁴⁵ | Penelitian Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini terdiri dari empat variabel: a. Harga (X1) b. Lokasi (X2) c. Kualitas Pelayanan (X3) d. Keputusan Pembelian (Y) | Harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Jaya Abadi. |
| 15. | Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada Toserba dan Areal Wonosobo Jawa Tengah. (2021) ⁴⁶ | Penelitian Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto terdiri dari lima variabel: a. Kualitas Pelayanan (X1) b. Harga (X2) c. Lokasi (X3) d. Variasi Produk (X4) e. Keputusan Pembelian (Y) | Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. |

Penelitian terdahulu yang tercantum diatas adalah untuk menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

⁴⁴Ni Kadek Dewi Susanti, dkk, "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blankiuh di Kabupaten Badung," *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1, No. 1 (2021).

⁴⁵Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini, "Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi di Sampang," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1 (2021).

⁴⁶Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toserba dan Areal Wonosobo Jawa Tengah)," *Journal Of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol. 2, No. 2 (2021).

1. Perbedaan penelitian Fahmi Ananda dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Fahmi Ananda di Warung Makan Sahabat (Mas Imron) Kabupaten Tegal. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Fahmi Ananda terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
2. Perbedaan penelitian Robin dan Charles Pramudana dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Robin dan Charles Pramudana di SPBU Singapore Station Katamso Medan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Robin dan Charles Pramudana terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
3. Perbedaan penelitian Korniwawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Korniwawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa adalah di T.B Rajawali Kalicilik, Demak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Korniwawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

4. Perbedaan penelitian Nian Wafirotul Fitria dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Nian Wafirotul Fitria adalah di BMT Surya Abadi Jenangan. Persamaan penelitian ini dengan Nian Wafirotul Fitria terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
5. Perbedaan penelitian Armeliani dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Armeliani adalah di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Armeliani terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
6. Perbedaan penelitian Dedi Jumentoro dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Dedi Jumentoro di Warung Nasi Bapak Ute. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dedi Jumentoro terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
7. Perbedaan penelitian Irene Dialiwi dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan

Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Irene Diawili di CIAO GELATO Gejayan Yogyakarta. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irene Diawili terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

8. Perbedaan penelitian Mundir dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Mundir di Toko Mitra Nelayan Tanara Serang Banten. Persamaan penelitian Mundir dengan penelitian ini terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
9. Perbedaan penelitian Bangkit Suryo Prayogo dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Bangkit Suryo Prayogo di Bengkel Sampurno Motor di Ceper. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Bangkit Suryo Prayogo terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
10. Perbedaan penelitian Siti Aminah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Siti Aminah di PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan. Persamaan penelitian

ini dengan penelitian Siti Aminah terletak pada variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

11. Perbedaan penelitian Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto di Minimarket Alfamart kota Semarang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
12. Perbedaan penelitian Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan di BMT Sumber Mulia Tuntang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
13. Perbedaan penelitian Ni Kadek Dwi Susanti, dkk dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Ni Kadek Dwi Susanti, dkk di Alfamart Blahkiuh di

Kabupaten Badung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ni Kadek Dwi Susanti, dkk terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

14. Perbedaan penelitian Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini di UD. Jaya Abadi di Sampang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.
15. Perbedaan penelitian Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto dengan penelitian ini adalah tempat penelitian ini yaitu pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Travel Cabang Sibolga-Tapteng. Sedangkan tempat penelitian Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto di Toserba dan Areal Wonosobo Jawa Tengah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto terletak pada variabel *independen* yaitu lokasi dan kualitas pelayanan dan variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian.

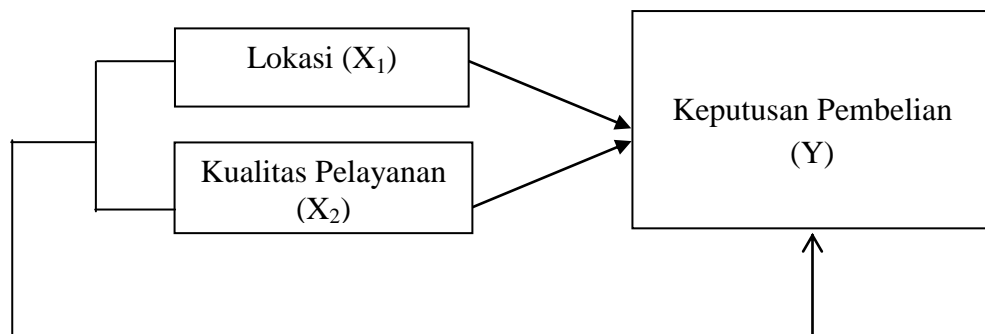
G. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah perlengkapan peneliti untuk menganalisa perencanaan berargumentasi kecenderungan asumsi kemana akan

dilakukan.⁴⁷ Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas, selanjutnya akan diuraikan kerangka pikir mengenai hubungan antara variabel *dependen* dan *independen* yaitu lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Untuk memudahkan dalam melakukan analisis dalam penelitian ini maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



Keterangan:

X_1 : Lokasi (Variabel Bebas)

X_2 : Kualitas Pelayanan (Variabel Bebas)

Y : Keputusan Pembelian (Variabel Terikat)

┌ ──┐ ──┐ :Menjelaskan hubungan/pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel Y Secara keseluruhan atau secara simultan

→ :Menjelaskan hubungan /pengaruh masing-masing Variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau secara parsial.

⁴⁷ Nizamuddin, *Metodologi Penelitian Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa* (Riau: Doplus Publisher, 2021), hlm. 90.

Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah lokasi dan kualitas pelayanan. Variabel terikat (*dependen*) adalah keputusan pembelian.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

H_{a1} : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

H_{a2} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

H_{a3} : Terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng yang beralamat di Kota Sibolga Jl. Sisingamangaraja No. 147 Sibolga. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan 08 Januari 2021-2022 yang dimulai dari tahap awal penyusunan penelitian sampai tahap penyelesaian penelitian ini.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif dimaksud untuk membuat generalisasi terhadap populasi yang diteliti.⁴⁸

Dimana penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat penelitian keterangan mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah umrah pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

⁴⁸ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), hlm. 18.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Penelitian yang dilakukan seseorang yang ingin meneliti semua elemen dalam wilayah penelitian dinamakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya disebut studi populasi atau studi sensus.⁴⁹

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Jama'ah Umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji & Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dari tahun 2015-2019 dengan total 315 jama'ah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Dalam penetapan atau pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel itu representative (mewakili) terhadap populasinya.⁵⁰

Dalam menentukan sampel terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampel. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara acak dan sederhana (*simple*), tanpa memperhatikan tingkatan (strata) yang ada dalam populasi.⁵¹ Dengan menggunakan teknik *simple random sampling* mampu

⁴⁹ Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan dan Jenis* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 73.

⁵⁰ Salim dan Haidir, hlm. 113-114.

⁵¹ Agung Widhi kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, hlm. 67.

memberikan jawaban yang lebih akurat terhadap populasi tanpa memperhatikan strata anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Populasi jama'ah umrah pada PT. Aryati dari tahun 2015-2019 sebanyak 315 jama'ah. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus *Slovin*. Adapun rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:⁵²

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

keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e² = tingkat kesalahan (10%)

berdasarkan rumus *Slovin*, maka diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi dengan menggunakan standar deviasi sebesar 10% (biasa digunakan dalam penelitian) yaitu sebesar:

$$n = \frac{315}{1 + 315 (0,1)^2}$$

n = 75,903 dibulatkan menjadi 76 responden.

Maka dapat disimpulkan, yang menjadi sampel pada penelitian ini sebanyak 76 jama'ah responden.

D. Sumber Data

Adapun sumber data penelitian ini ada 2 yaitu:

⁵² Wiratna Sujarweni dan Lila Retnani Utami, *The Master Book Of SPSS* (Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2019), hlm. 10.

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber pokok adalah catatan-catatan hasil wawancara terstruktur serta non-struktur kepada informan kunci dengan face to face (langsung bertatap muka), ketika mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian.
2. Data sekunder atau data dokumentasi, data yang diterbitkan atau data yang digunakan oleh organisasi.⁵³

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan tehnik: pengamatan (*observation*), wawancara (*interview*), dokumentasi, angket (*questionnaire*).⁵⁴ Dalam penelitian ini instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan

Pengamatan adalah hasil daripada indera yang mendapatkan gambaran total dari objek yang diamatai, untuk kemudian dicarikan atau dianalisis lebih lanjut. Pengamatan yang dilakukan terhadap PT. Aryati Tour Cabang Sibolga-Tapteng mulai dari mengamati lokasi dan kualitas pelayanannya.

⁵³ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, hlm. 78.

⁵⁴ Salim dan Haidir, hlm. 97.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden mengenai lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi jama'ah umrah.

3. Angket

Angket adalah sebuah cara atau teknik yang digunakan seorang peneliti untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan sejumlah lembar kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh para responden.⁵⁵ Adapun penyebaran angket peneliti langsung pergi ke tempat atau rumah para jama'ah umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dan langsung memberikan angket terhadap responden dan dibantu oleh peneliti mana yang dapat dipahami.

Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang determinan keputusan menjadi jama'ah umrah di PT. Aryati Tour

⁵⁵ Kun Maryati dan Juju Suryawati, *Sosiologi* (Jakarta: Erlangga, 2018), hlm. 130.

dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Cara pengukuran dengan menggunakan skala *likert* ini adalah dengan menghadapkan seorang responden untuk memberikan jawaban “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, “sangat tidak setuju”.

Tabel III. 1
Penetapan Skor Skala Alternatif Atas Jawaban Kuesioner

| Alternatif Jawaban | Skor Sifat Pernyataan | Kategori Jawaban |
|--------------------|-----------------------|---------------------|
| A | 5 | Sangat Setuju |
| B | 4 | Setuju |
| C | 3 | Kurang Setuju |
| D | 2 | Tidak Setuju |
| E | 1 | Sangat Tidak Setuju |

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Angket Lokasi

| Variabel | Indikator | Nomor Soal |
|----------|----------------------------------|------------|
| Lokasi | 1. Aksesibilitas | 1,2 |
| | 2. Kenyamanan | 3,4 |
| | 3. Tata letak | 5,6 |
| | 4. Kenyamanan dan Ketersambungan | 7,8 |

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan

| Variabel | Indikator | Nomor Soal |
|--------------------|-----------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 1. Daya tanggap | 9,10 |
| | 2. Jaminan | 11 |
| | 3. Bukti fisik | 12 |
| | 4. Keandalan | 13,14 |
| | 5. Empati | 15,16 |

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Angket Keputusan Pembelian

| Variabel | Indikator | Nomor Soal |
|----------|-----------|------------|
|----------|-----------|------------|

| | | |
|------------------------|----------------------|-------|
| Keputusan Pembelian | 1. Kebutuhan | 17,18 |
| | 2. Manfaat | 19,20 |
| | 3. Sikap orang lain | 21,22 |
| | 4. Kepuasan terhadap | 23,24 |

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan yang sudah berlalu, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang, dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan penguji suatu peristiwa, dan berguna sebagai sumber data, bukti, informasi kealamiahan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diteliti.⁵⁶

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas instrument mempermasalahkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur, instrument dikatakan valid

⁵⁶ Rahmat, *Statistik Penelitian* (Bandung: CV. Pustaka Media, 2013), hlm. 93.

saat dapat mengungkap data dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.⁵⁷

Perhitungannya dilakukan dengan cara *Corrected Item-Total Correlation* dengan rumus berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁵⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel tertentu.⁵⁹

Reliabel juga diartikan sebagai ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada.

⁵⁷ Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hlm. 2.

⁵⁸ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas-Reliabilitas* (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), hlm. 14.

⁵⁹ Sujeweni V,W, *Spss Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014), hlm. 192.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.⁶⁰

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis. Analisis data menurut John W. Tukey merupakan prosedur untuk menganalisis data, teknik-teknik untuk mengintrepetasikan hasil-hasil analisis, didukung oleh proses pengumpulan data untuk membuat analisis lebih mudah, lebih tepat dan akurat. Keseluruhan perangkat alat analisis yang digunakan bermanfaat untuk memproses data menjadi informasi yang simetrikal. Analisis data (baik kuantitatif maupun kualitatif) memiliki berbagai ragam pendekatan dan teknik dengan tujuan untuk penyediaan informasi yang *valid, reliable, practical* guna mendukung proses pengambilan keputusan manajemen yang produktif (efektif dan efisien).⁶¹

Dalam penelitian ini yang menjadi teknik analisis datanya sebagai berikut :

⁶⁰ Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta Kencana, 2014), hlm. 103.

⁶¹ Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* (Yogyakarta: Andi, 2018), hlm. 193-194.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menilai apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas tidak dilakukan pada satu variabel tetapi pada nilai residualnya. Dalam uji normalitas ini memakai cara *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka variabel X tidak memengaruhi variabel Y, artinya hipotesis ditolak (H_0).
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka variabel X memengaruhi variabel Y, artinya hipotesis diterima (H_a).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dipakai untuk melihat linearitas data, apakah dua variabel memiliki hubungan linear atau tidak. Uji ini biasanya dipakai untuk syarat regresi linear. Pada SPSS pengujian menggunakan *Test for Linearity* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi $< 0,1$ maka bisa dikatakan memiliki hubungan linear.
- b. Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka bisa dikatakan tidak memiliki hubungan linear.

3. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dipakai guna melihat bagaimana data penelitian seperti, mean, median, standart depiasi, modus, dan lain-lain.⁶²

4. Uji Asumsi klasik

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu asumsi dalam penggunaan analisis regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Untuk melihat adanya multikolinieritas dapat dilihat dari:

Dengan membandingkan nilai VIF (*variance inflation factor*) yaitu:

- 1) Jika nilai VIF > 10 maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF < 10 maka terjadi multikolinieritas

Dengan membandingkan nilai *tolerance*, yaitu:

- a) Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- b) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas.⁶³

⁶² Agus Irianto, *Stiatistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 387.

⁶³ Nur Asnawi dan Masyihuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 17.

b. Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Dalam penelitian ini menggunakan Uji *Gletser*, karakteristik pengujian apabila:

- 1) $Sig > 0,1$ artinya tdak terkena heteroskedastisitas.
- 2) $Sig < 0,1$ artinya data tekena heteroskedastiisitas.⁶⁴

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak maka lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng. dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng.

⁶⁴ Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Statistik* (Bandung: PT. Bumi Aksara, 2018), hlm. 259.

⁶⁵ Danang Sunyoto, *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: Center For Academic Punlishing, 2013), hlm. 121.

2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak maka lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng. Dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian koefisien parsial secara simultan memakai analisis varian. Memakai analisis varian bisa ditemukan arti seperti apa pengaruh beberapa variabel bebas secara sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:⁶⁶

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak maka, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng.

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak maka, lokasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan

⁶⁶ Muhamad Pirdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 176.

pembelian menjadi jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Sibolga-Tapteng.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang dinyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶⁷ Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Artinya semakin besar nilai koefisien determinasi (mendekati 1), maka ketepatannya semakin baik. Maka dapat dikatakan pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar persentase sumbangan X_1 dan X_2 terhadap naik turunnya Y secara bersama-sama. Besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinan berganda dengan simbol R^2 .

⁶⁷ Surajiyo,dkk, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 77.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan yang dihasilkan dalam bentuk \hat{y} (y topi) digunakan untuk menyatakan bahwa data yang diperoleh dari persamaan regresi adalah data prediksi. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:⁶⁸

$$\hat{y} = a + b X_1 + c X_2 + e$$

Keterangan :

\hat{y} = variabel dependen

a = konstanta

bc = koefisien variabel

X_1X_2 = variabel independen

e = standar error

Sedangkan bentuk persamaan regresi linear berganda untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KPE = \alpha + \beta_1 LK + \beta_2 KUP + e$$

Keterangan:

KPE = keputusan pembelian

α = konstanta

$\beta_1\beta_2$ = koefisien variabel

LK = lokasi

KUP = kualitas pelayanan

e = standar error

⁶⁸ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPS* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 15.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng

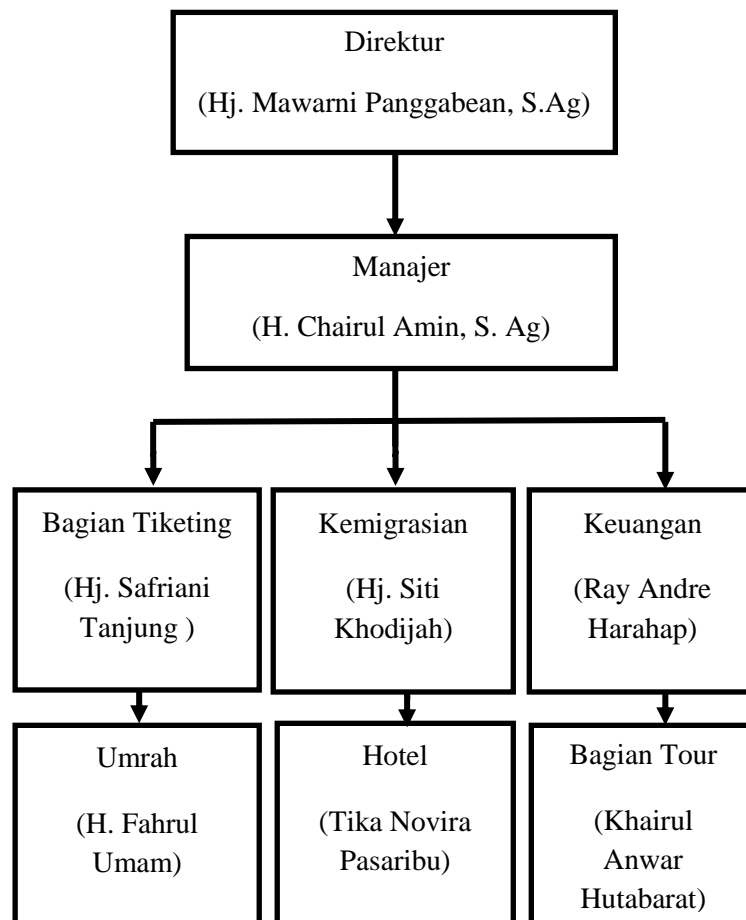
PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng merupakan salah satu perusahaan biro perjalanan Umrah, Haji, wisata, Ziarah, tour dalam Negeri, tour luar Negeri, ticketing. PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng merupakan bagian dari *holding company* yang berada di Kota Sibolga Jl. Sisingamangaraja No. 147 Sibolga. PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng yang berdiri sejak tahun 2007 sampai sekarang, sehingga PT ini sudah dikenal oleh masyarakat. Dalam perkembangannya PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng untuk memudahkan pelayanan pendaftaran kepada para konsumen, PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang sibolga-Tapteng memberikan paket cicilan umrah bagi calon jama'ah umrah ditujukan untuk memudahkan bagi calon jama'ah umrah. Dijelaskannya paket cicilan umrah tidak ditentukan minimum cicilan, berapa pun uang calon jama'ah yang ingin disetorkan akan tetap diterima dan dalam pembayaran cicilan nya bisa langsung diantar ke kantor. PT. Aryati Tour dan Travel haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng menjalin kerjasama dalam perjalanan dengan Saudi Airlines,

hotel Grand Riyada, Nawarsyam, Sofwa Bintang dan Full Moon di Mekkah dan Safir Saha, Mubarak di Madina. Penginapan PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dekat dari Masjid Nabawi dan Masjidil Haram.

2. Struktur Organisasi PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Aryati Tour dan Travel haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, sebagai berikut:

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah
Cabang Sibolga-Tapteng



Sumber data: PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

3. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat umum yang berada di daerah Sibolga-Tapteng yang berjumlah 76 orang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara, observasi dan pemberian kuisioner kepada masyarakat yang menjadi jama'ah umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Karakteristik responden yang diambil berdasarkan jenis kelamin, usia di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah 76 responden yang didasarkan pada pengelompokan jenis kelamin.

Tabel IV. 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah |
|---------------|--------|
| Perempuan | 54 |
| Laki-laki | 22 |
| Total | 76 |

Sumber: data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel IV. 1 di atas dengan total 76 responden dikelompokkan menjadi perempuan dan laki-laki dengan jumlah perempuan sebanyak 52 orang dan laki-laki 22 orang.

b. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

Berikut ini adalah data 76 responden yang didasarkan pada pengelompokan usia.

Tabel IV. 2
Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

| Usia | Jumlah |
|------------------|--------|
| 15 – 30 Tahun | 3 |
| 31 – 45 Tahun | 35 |
| 46 Tahun Ke Atas | 38 |
| Total | 76 |

Sumber: data Primer, diolah 2021

Berdasarkan tabel IV. 2 di atas dengan total 76 responden dikelompokkan menjadi usia 15-30 tahun sebanyak 3 orang, usia 31-45 tahun sebanyak 35 orang dan usia 46 tahun ke atas sebanyak 38 orang.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 8 pernyataan untuk lokasi, 8 pernyataan untuk kualitas pelayanan, 8 pernyataan untuk keputusan pembelian. Hasil uji validitas dari penelitian ini yaitu:

1) Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai keputusan pembelian:

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas
Keputusan Pembelian (Y)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Kesimpulan |
|----|--------------|--|------------|
| 1 | 0,662 | Dikatakan valid apabila nilai positif dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=76-2=74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1901 | Valid |
| 2 | 0,788 | | Valid |
| 3 | 0,793 | | Valid |
| 4 | 0,798 | | Valid |
| 5 | 0,530 | | Valid |
| 6 | 0,597 | | Valid |
| 7 | 0,613 | | Valid |
| 8 | 0,742 | | Valid |

Uji validitas keputusan pembelian pada tabel IV. 3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai keputusan pembelian dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 8 adalah valid. Karena kedelapan item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=74$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1901. Sehingga kedelapan item angket keputusan pembelian dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Lokasi (X_1)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai lokasi:

Tabel. IV. 4
Hasil Uji Validitas
Lokasi (X_1)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|--------------|---|------------|
| 1 | 0,523 | Dikatakan valid apabila nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 76-2 = 74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan | Valid |
| 2 | 0,588 | | Valid |
| 3 | 0,633 | | Valid |
| 4 | 0,786 | | Valid |
| 5 | 0,733 | | Valid |
| 6 | 0,644 | | Valid |

| | | | |
|---|-------|--------------|-------|
| 7 | 0,733 | 10% = 0,1901 | Valid |
| 8 | 0,461 | | Valid |

Uji validitas lokasi pada tabel IV. 4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai lokasi dari pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Karena kedelapan item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n= 74$ maka diperoleh r_{tabel} 0,1901. Sehingga kedelapan item angket lokasi dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas mengenai kualitas pelayanan:

Tabel. IV. 5
Hasil Uji Validitas
Kualitas Pelayanan (X_2)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Kesimpulan |
|----|--------------|--|------------|
| 1 | 0,343 | Dikatakan valid apabila nilai positif dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=76-2=74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1901 | Valid |
| 2 | 0,468 | | Valid |
| 3 | 0,552 | | Valid |
| 4 | 0,689 | | Valid |
| 5 | 0,610 | | Valid |
| 6 | 0,729 | | Valid |
| 7 | 0,486 | | Valid |
| 8 | 0,516 | | Valid |

Uji validitas kualitas pelayanan pada tabel IV. 5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Karena kedelapan item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n= 74$ maka diperoleh

r_{tabel} 0,1901. Sehingga kedelapan item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

1) Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji reliabilitas mengenai keputusan pembelian:

Tabel. IV. 6
Hasil Uji Reliabilitas
Keputusan Pembelian (Y)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .847 | 8 |

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 6 dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,847 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2) Uji Reliabilitas Lokasi (X_1)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji reliabilitas mengenai lokasi:

Tabel. IV. 7
Hasil ujireliabilitas
Lokasi (X₁)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's | |
| Alpha | N of Items |
| .792 | 8 |

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 7 dapat disimpulkan bahwa lokasi dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,792 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

3) Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji reliabilitas mengenai kualitas pelayanan:

Tabel. IV. 8
Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X₂)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's | |
| Alpha | N of Items |
| .685 | 8 |

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 8 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,685 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa

variabel kualitas pelayanan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov:

Tabel. IV. 9
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardize d Residual |
|---|----------------|-----------------------------|
| N | | 76 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.02666482 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .075 |
| | Positive | .075 |
| | Negative | -.064 |
| Test Statistic | | .075 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel IV. 9 nilai signifikansi (*asympt. Sig. 2-tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 lebih besar dari pada nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$) berarti data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

1) Hasil Uji Linearitas Lokasi (X_1)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas mengenai lokasi:

Tabel. IV. 10
Hasil Uji Linearitas Lokasi

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| KEPUTUSAN PEMBELIAN * LOKASI | Between Groups | (Combined) | 1378.241 | 18 | 76.569 | 7.957 | .000 |
| | | Linearity | 1187.360 | 1 | 1187.360 | 123.391 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 190.882 | 17 | 11.228 | 1.167 | .320 |
| | | Within Groups | 548.495 | 57 | 9.623 | | |
| | | Total | 1926.737 | 75 | | | |

Hasil uji linearitas antara lokasi dan keputusan pembelian berdasarkan pada tabel IV. 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,10$. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Berarti data lokasi dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang linear.

2) Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji linearitas mengenai kualitas pelayanan:

Tabel IV. 11
Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

| | | | Sum of | | Mean | | |
|---|---------------|-----------------------------|---------|----|---------|-------|------|
| | | | Squares | df | Square | F | Sig. |
| KEPUTUSAN PEMBELIAN * KUALITAS PELAYANAN | Between | (Combined) | 885.796 | 15 | 59.053 | 3.404 | .000 |
| | Groups | Linearity | 667.872 | 1 | 667.872 | 38.49 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 217.924 | 14 | 15.566 | .897 | .566 |
| | Within Groups | | 1040.94 | 60 | 17.349 | | |
| | Total | | 1926.73 | 75 | | | |

Hasil uji linearitas antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian berdasarkan pada tabel IV. 11 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,10$. Nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Berarti data kualitas pelayanan dan keputusan pembelian tidak memiliki hubungan yang linear.

c. Statistik Deskriptif

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji statistik deskriptif:

Tabel. IV. 12
Hasil Uji Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|-------|-------------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| LOKASI | 76 | 19 | 40 | 32.72 | 5.166 |
| KUALITAS PELAYANAN | 76 | 25 | 40 | 33.58 | 3.689 |
| KEPUTUSAN PEMBELIAN | 76 | 22 | 40 | 33.74 | 5.069 |
| Valid N (listwise) | 76 | | | | |

Berdasarkan hasil tabel IV. 12 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel lokasi dengan jumlah data (N) sebanyak 76 mempunyai *mean* 32,72 dengan nilai *minimum* 19 dan nilai *maximum* 40 serta *standard deviation* 5,166. Variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 76 mempunyai *mean* 33,58 dengan nilai *minimum* 25 dan nilai *maximum* 40 serta *standard deviation* 3,689. Variabel keputusan pembelian dengan jumlah data (N) sebanyak 76 mempunyai *mean* 33,74 dengan nilai *minimum* 22 dan nilai *maximum* 40 serta *standard deviation* 5,069.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinearitas:

| | | Coefficients ^a | | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-----------|-------------------------|--|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF | |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 | | | |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 | .665 | 1.504 | |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 | .665 | 1.504 | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Tabel. IV. 13
Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel IV.13 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel lokasi $1,504 < 10$ dan kualitas pelayanan $1,504 < 10$ jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel lokasi adalah $0,665 > 0,1$ dan kualitas pelayanan $0,665 > 0,1$, jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah lebih besar 0,1 (*tolerance* $> 0,1$), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji heteroskedastisitas:

Tabel. IV. 14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|--|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t |
| | | | | | Sig. |

| | | | | | | |
|---|--------------------|-------|-------|-------|--------|------|
| 1 | (Constant) | .943 | 1.965 | | .480 | .633 |
| | LOKASI | -.072 | .050 | -.201 | -1.428 | .158 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .113 | .071 | .225 | 1.599 | .114 |

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel IV. 14 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,10 dimana lokasi $0,158 > 0,10$ dan kualitas pelayanan $0,114 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan parsial (uji t):

Tabel. IV. 15
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel IV. 15, hasil uji parsial di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{hitung} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $76 - 2 - 1 = 73$ sebesar 1,666 yaitu:

- 1) t_{hitung} lokasi adalah $7,795 > 1,666$. Maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak, artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.
- 2) t_{hitung} kualitas pelayanan adalah $2,358 > 1,666$. Maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan simultan (uji f):

Tabel. IV. 16
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1239.684 | 2 | 619.842 | 65.859 | .000 ^b |
| | Residual | 687.052 | 73 | 9.412 | | |
| | Total | 1926.737 | 75 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

Berdasarkan tabel IV. 16 di atas, F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,1 dengan $df = n - k - 1$ atau $76 - 2 - 1 = 73$, hasil

yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,730. Dari hasil uji simultan di atas, F_{hitung} sebesar $65,859 > F_{\text{tabel}}$ 2,730, karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

c. Uji Koefisien Determinasi R^2

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji koefisien determinasi R^2 :

Tabel. IV. 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

| Model Summary | | | | |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .802 ^a | .643 | .634 | 3.068 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

Berdasarkan tabel IV. 17 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diatas diperoleh angka *R square* 0,643 atau 64,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,643 atau (64,3%). Sisanya sebesar 0,357 atau (35,7%) dipengaruhi oleh variabel lain.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh relation ship marketing yang terdiri dari faktor lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasilnya dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. IV. 18
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel IV. 18 di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KPE = 2,962 + 0,656 LK + 0,278 KUP + 3,277$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,962 artinya apabila variabel lokasi dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau 0 maka keputusan pembelian nilainya sebesar 2,962.
- Nilai koefisien regresi variabel lokasi (b_1) sebesar 0,656 dapat diartikan apabila lokasi mengalami peningkatan 1 satuan maka keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,656 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan keputusan pembelian, semakin naik faktor lokasi maka semakin meningkat keputusan pembelian.

- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_2) sebesar 0,278 artinya apabila tingkat kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,278 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, semakin naik faktor kualitas pelayanan maka semakin meningkat keputusan pembelian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 diketahui bahwa:

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,795 > 1,666$). Dan nilai $Sig < 0,1$ yang di buktikan dengan nilai ($0,000 < 0,10$).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Ramadhan yang menyatakan bahwa lokasi memegang peranan yang sangat penting dalam bisnis, terutama bisnis yang bertujuan langsung kepada konsumen akhir. Lokasi dan akses menuju lokasi tersebut sangat menentukan bagaimana konsumen

mencapai dan membeli produk atau jasa konsumen. Lokasi bisnis bisa bermacam-macam tergantung dari konsep atau bentuk usahanya. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mundir yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Hal ini menunjukkan semakin dekatnya PT tersebut konsumen atau semakin dekatnya transportasi umum dapat meningkatkan keputusan pembelian di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian dilakukan pengujian hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,358 > 1,666$) dan nilai $Sig > 0,1$ yang di buktikan dengan nilai ($0,021 < 0,10$).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Tjiptono yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah

tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan”. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang sangat ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Dedi Jumentoro yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng. Hal ini menunjukkan semakin bagus pelayanan yang diberikan mulai dari cara berkomunikasi, fasilitas yang diberikan dapat meningkatkan keputusan pembelian di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

3. Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Berdasarkan hasil uji simultan (F) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dengan pengujian dari uji F hasilnya menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($65,859 > F_{tabel} 2,730$).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen meliputi enam sub-keputusan yaitu keputusan memilih produk, memilih merek, tempat pembelian, kuantitas, kualitas pelayanan, waktu, dan metode pembayaran. Lokasi dan kualitas pelayanan merupakan bagian dari sub-keputusan pembelian, Lokasi yang baik atau tidaknya akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan yang baik atau tidaknya akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Siti Aminah yang menyatakan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang didapatkan dari uji simultan (uji F) terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

4. Hasil uji koefisien determinasi faktor lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,643 (64,3%). Sisanya sebesar 0,357 (35,7%) dipengaruhi oleh variabel lain.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Biaya yang relatif banyak dibutuhkan oleh peneliti, sehingga menjadi sedikit terlambat dalam penyelesaian penelitian
2. Jarak antara kampus dan tempat penelitian relatif cukup jauh sehingga menghabiskan waktu dalam penyelesaian skripsi peneliti

3. Waktu narasumber yang terbatas dan cukup susah untuk dikunjungi, sehingga menyebabkan keterlambatan dalam menyelesaikan skripsi peneliti.

Walaupun dengan keterbatasan yang ada, peneliti mengupayakan agar penelitian ini tidak terhalangi oleh keterbatasan dan tidak mengurangi hasil dari penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Determinan Keputusan Menjadi Jama’ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng” maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel lokasi, terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng
3. Secara bersama-sama (simultan) lokasi dan kualitas pelayanan, terdapat pengaruh secara simultan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak pengelola PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dalam mengambil kebijakan atau keputusan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.
2. Masyarakat yang ingin menunaikan umrah sebaiknya memilih PT yang dapat memberikan kepuasan dalam menunaikan haji maupun umrah mulai dari pelayanan yang baik, lokasi yang terjangkau, harga yang terjangkau, dan masih banyak lagi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, selain dari pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Agus Irianto. *Stiastistik Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Ahmad Mustafa Al- Maraghiy. *Tafsir Al-Maraghiy*. Jakarta: Bumi Restu, 2008.
- Alma Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, 2007.
- Aziz Alimul Hidayat. *Menyusun Instrumen Penelitian dan Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing, 2021.
- Danang Sunyoto. *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Center For Academic Punlishing, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Bumi Restu, 2008.
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET. 2018.
- Fandy Tjptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Erlangga, 2006.
- Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto. *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.
- Fitria Halim, dkk, *Manajemen Pemasaran jasa*, Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Fridayana Yudiaatmaja. *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Hendri Ma'ruf. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006.
- Hurriyati Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: PT. Alfabeta, 2005.
- Ikbal Hasan. *Analisis Data Penlitian Statistik*. Bandung: PT. Bumi Aksara, 2018.
- Jogiyanto Hartono. *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- Kotler dan Ketler. *Manjemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2007.

- Kun Maryati dan Juju Suryawati. *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- M. Mursyid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Binarupa Aksara, 2008,
- Morissa. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta Kencana, 2014.
- Muhamad Pirdaus. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Mulyadi Nitisusantro. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Alfabert. 2011.
- Nizamuddin, *Metodologi Penelitian Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa Riau*: Dopplus Publisher, 2021, hlm. 90.
- Nur Asnawi dan Masyihuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto. *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Jakarta: NEM, 2020.
- Ovan dan Andika Saputra. *CAMI: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.
- Rahmat. *Statistik Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Media, 2013.
- Richardus Eko Indtajit dan Richardus Djokopranoto. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: Grasindo. 2003.
- Rinto Alexandro. *Kepuasan Mahasiswa dalam Pelayanan Akademik dan Kemahasiswaan*. Yogyakarta: Bildung, 2020.
- Salim dan Haidir. *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan dan Jenis*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Sujeweni V,W. *Spss Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014.
- Surajiyo,dkk. *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*,. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Thamrin Abdullah. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2005.
- Wiratna Sujarweni dan Lila Retnani Utami. *The Master Book Of SPSS*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2019.

Yazid. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonesia Fakultas Ekonomi UII. 2008.

Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022).

Zaenal Abidin. *Fiqih Ibadah*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.

Sumber Jurnal :

Dwi Firdiansyah dan Eko Prawoto. “Analisis Pengaruh KUalitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toserba dan Areal Wonosobo Jawa Tengah).” *Journal Of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol. 2, No. 2 (2021).

Korniawan Raharjo dan Suryono Budi Santoso. “Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Persepsi harga Terhadap Keputusan pembelian di T.b Rajawali kalicilik, Demak.” *Jurnal Of Management*, Vol. 4, No. 4 (2015).

Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto. “Penfaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Visual Mechandising sebagai Variabel Moderating (Stud Kasus pada Minimarket Alfamart di Kota Semarang).” *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 9, No. 1 (2014).

Ni Kadek Dewi Susanti, dkk. “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blankiuh di Kabupaten Badung.” *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1, No. 1 (2021).

Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan. “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.” *Jurnal Muqtasid*, Vol. 1, No. 2 (2012).

Robin Charles Pramudana. “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan bakar pada SPBU Singapore Station Katamso Medan.” *Jurnal Of Sustainable Business*, Vol. 2, No. 1 (2021).

Salman Firmansyah dan Triana Setiyarini. “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi di Sampang.” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1 (2021).

Sumber Skripsi :

- Armeliana. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep,” (Skripsi, UN Makassar 2018).
- Bangkit Suryo Prayogo. “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Sampurno Motor di Ceper,” (Skripsi, Universitas Widya Dharma Klaten 2021).
- Dedi Jumantoro. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Warung Nasi Bapak Ute),” (Skripsi, Universitas Pelita Bangsa Bekasi 2019).
- Fahmi Ananda. “Hubungan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian di Warung Makan Sahabat (Mas Imron) Kabupaten Tegal,” (Skripsi, Universitas Pancasakti Tegal 2020).
- Irene Dialiwi. “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2017).
- Mundir. “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2015.
- Nian Wafitorul Fitria. “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo,” (Skripsi, IAIN Ponorogo 2018).
- Risdiani Rahmi Lubis. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah KPR IB Muamalah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan,” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan 2015). No. 1 (2021).
- Siti Aminah. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jama’ah Umrah PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan,” (Skripsi, UIN Sumatera Utara 2019).
- Tandi Larasati Putri. “Pengaruh Lokasi, Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank syariah,” (Skripsi, IAIN Salatiga 2017).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : SA'ADAH ASHWANI
2. Tempat/Tanggal Lahir : Pargadungan, 03 April 2000
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak ke : 5 dari 5 Bersaudara
6. Alamat : Pargadungan, Dusun I
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/HP : 0822 7573 1024
9. Email : saadashwani@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 152992 Tapian Nauli (2004-2010)
2. MTS Negeri Sibolga (2011-2014)
3. MA Negeri Sibolga (2015-2017)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2017-2022)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Abdul Muktar
2. Pekerjaan Ayah : Buruh
3. Nama Ibu : Syukraini Tanjung
4. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Pargadungan, Dusun I

IV. PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,70

Judul Skripsi : Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah Pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng

V. MOTTO HIDUP

“Man Jadda Wajada, dan Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa.”

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S. Pd., M. Si.

Nidn : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Keputusan Menjadi Jama’ah Umrah pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng”.

Yang disusun oleh:

Nama : Sa’adah Ashwani

Nim : 17 402 00065

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 09 Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S. Pd., M. Si.

NIDN. 2013018301

LAMPIRAN 2

ANGKET (KUSIONER) PENELITIAN

Hal : Kusioner Penelitian

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu/ Saudara/i Jama'ah Umrah

Di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidempuan tentang **“Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah pada PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng”** diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/ Ibu/ Saudara/I Jama'ah Umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi Bapak/ Ibu/ Saudara/i berikan dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Sa'adah Ashwani
NIM. 17 402 00065

LAMPIRAN 3

A. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Jabatan :
Lama menjadi nasabah :

B. Petunjuk Pengisian

- Berikan *cheklis* (\checkmark) pada setiap jawaban anda.
- Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - SS = Sangat Setuju (5)
 - S = Setuju (4)
 - KS = Kurang Setuju (3)
 - TS = Tidak Setuju (2)
 - STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. DAFTAR PERTANYAAN

- Variabel Lokasi (X_1)

| NO | PERNYATAAN | ALTERNATIF JAWABAN | | | | |
|----|---|--------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng berlokasi pada tempat yang mudah di jangkau | | | | | |
| 2 | Akses transportasi menuju PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng mudah di dapat | | | | | |
| 3 | Kondisi lingkungan PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng bersih dan nyaman | | | | | |
| 4 | PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng tidak memiliki tempat parkir yang luas | | | | | |
| 5 | PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng memiliki lokasi yang strategis dekat dengan kota | | | | | |
| 6 | Ruang tunggu untuk pendaftaran jama'ah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| | Sibolga-Tapteng tidak luas | | | | | |
| 7 | Ventilasi udara atau AC yang banyak memberikan kenyamanan di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng | | | | | |
| 8 | Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal | | | | | |

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

| NO | PERNYATAAN | ALTERNATIF JAWABAN | | | | |
|----|---|--------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Kualitas pelayanan di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng sangat bagus. | | | | | |
| 2 | Jama'ah tertarik menggunakan jasa PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng karena biaya yang murah | | | | | |
| 3 | Biaya yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang diberikan | | | | | |
| 4 | Pendamping umrah sangat sabar dalam mendampingi jama'ah selama beribadah | | | | | |
| 5 | Kisah bersejarah disekitar Makkah dan Madinah yang diceritakan pembimbing umrah sangat memotivasi sehingga menjadikan jama'ah lebih bersemangat dalam beribadah | | | | | |
| 6 | Pendamping umrah senantiasa selalu menjaga dan mengontrol jama'ah umrah dalam beribadah umrah | | | | | |
| 7 | Respon yang diberikan pendamping dalam membantu jam'ah baik | | | | | |
| 8 | Memberikan jaminan terhadap konsumsi | | | | | |

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| NO | PERNYATAAN | ALTERNATIF JAWABAN | | | | |
|----|---|--------------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Saya membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena Manasik yang diberikan sebelum | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| | keberangkatan umrah cukup jelas | | | | | |
| 2 | Saya membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena buku panduan yang diberikan sangat membantu jama'ah ketika beribadah | | | | | |
| 3 | Saya membeli tiket di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena Calon jama'ah mengetahui informasi positif tentang PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng dari jama'ah sebelumnya | | | | | |
| 4 | Saya membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena jama'ah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng selama di tanah suci | | | | | |
| 5 | Saya membeli tiket umrah di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena transportasi yang digunakan selama perjalanan sangat nyaman | | | | | |
| 6 | Saya memutuskan untuk membeli tiket di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena lokasi hotel di Makkah maupun di Madinah dekat dengan masjid yang menjadi tujuan dalam beribadah umrah | | | | | |
| 7 | Saya membeli tiket di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan jama'ah | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 8 | Saya membeli tiket di PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng, karena pengurusan dokumen pendaftaran jama'ah bagus. | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|

Padangsidimpuan, Februari 2022
Responden

.....

| | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 23. | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 24. | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 25. | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 26. | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 27. | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 28. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 29. | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 30. | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 33 |
| 31. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 32. | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 33. | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 34. | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 35. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 |
| 36. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 37. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 38. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 39. | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 40. | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 41. | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 27 |
| 42. | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 43. | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 32 |
| 44. | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 25 |
| 45. | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 20 |
| 46. | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 47. | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 29 |
| 48. | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 49. | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 31 |
| 50. | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 51. | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 29 |
| 52. | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 33 |
| 53. | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 54. | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 55. | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 27 |
| 56. | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 28 |
| 57. | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 | 27 |
| 58. | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 59. | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 26 |
| 60. | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 61. | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 25 |
| 62. | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 28 |
| 63. | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 64. | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 27 |
| 65. | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 21 |
| 66. | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 4 | 27 |
| 67. | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 31 |
| 68. | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 32 |
| 69. | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4 | 25 |
| 70. | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 29 |
| 71. | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 72. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 35 |
| 73. | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 74. | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 30 |

| | | | | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 75. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 76. | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| Jumlah | | | | | | | | | 2487 |

3. Hasil Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

| NO | NO ITEM | | | | | | | | Jumlah |
|-----|---------|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 1. | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 2. | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 34 |
| 3. | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 34 |
| 4. | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 5. | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 6. | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 7. | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 8. | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 35 |
| 9. | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 10. | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 11. | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 34 |
| 12. | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 13. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 14. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 15. | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 16. | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 17. | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 18. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 19. | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 20. | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 21. | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 34 |

| | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 22. | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 23. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 24. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 25. | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 36 |
| 26. | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 32 |
| 27. | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 29 |
| 28. | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 29. | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 30. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 31. | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 32. | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 30 |
| 33. | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 34. | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 35. | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 36. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 37. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 38. | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 39. | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 27 |
| 40. | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 41. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 42. | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 43. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |
| 44. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 37 |
| 45. | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 46. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 31 |
| 47. | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 48. | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 30 |
| 49. | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 50. | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 51. | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 28 |
| 52. | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 31 |
| 53. | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 35 |
| 54. | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 25 |
| 55. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 56. | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 29 |
| 57. | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 31 |
| 58. | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 32 |
| 59. | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 30 |
| 60. | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 61. | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 62. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 35 |
| 63. | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 64. | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 3 | 27 |
| 65. | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 66. | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 26 |
| 67. | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 26 |
| 68. | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 69. | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 70. | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 26 |
| 71. | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 30 |
| 72. | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 73. | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |

| | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 74. | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 75. | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 33 |
| 76. | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| Jumlah | | | | | | | | | 2555 |

LAMPIRAN 5

1. HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Kesimpulan |
|----|--------------|--|------------|
| 1 | 0,662 | Dikatakan valid apabila nilai positif dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=76-2=74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1901 | Valid |
| 2 | 0,788 | | Valid |
| 3 | 0,793 | | Valid |
| 4 | 0,798 | | Valid |
| 5 | 0,530 | | Valid |
| 6 | 0,597 | | Valid |
| 7 | 0,613 | | Valid |
| 8 | 0,742 | | Valid |

2. HASIL UJI VALIDITAS LOKASI (X1)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----|--------------|--|------------|
| 1 | 0,523 | Dikatakan valid apabila nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 76 - 2 = 74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1901 | Valid |
| 2 | 0,588 | | Valid |
| 3 | 0,633 | | Valid |
| 4 | 0,786 | | Valid |
| 5 | 0,733 | | Valid |
| 6 | 0,644 | | Valid |
| 7 | 0,733 | | Valid |
| 8 | 0,461 | | Valid |

3. HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN (X2)

| No | r_{hitung} | r_{tabel} | Kesimpulan |
|----|--------------|--|------------|
| 1 | 0,343 | Dikatakan valid apabila nilai positif dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=76-2=74$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1901 | Valid |
| 2 | 0,468 | | Valid |
| 3 | 0,552 | | Valid |
| 4 | 0,689 | | Valid |
| 5 | 0,610 | | Valid |
| 6 | 0,729 | | Valid |
| 7 | 0,486 | | Valid |
| 8 | 0,516 | | Valid |

LAMPIRAN 6

1. HASIL UJI RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .847 | 8 |

2. HASIL UJI RELIABILITAS LOKASI (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .792 | 8 |

3. HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .685 | 8 |

LAMPIRAN 7

1. HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardize d Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------------|
| N | | 76 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.02666482 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .075 |
| | Positive | .075 |
| | Negative | -.064 |
| Test Statistic | | .075 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 8

1. HASIL UJI LINEARITAS LOKASI (X1)

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|----|----------------|---------|------|
| KEPUTUSAN PEMBELIAN * LOKASI | Between Groups | (Combined) | 1378.241 | 18 | 76.569 | 7.957 | .000 |
| | | Linearity | 1187.360 | 1 | 1187.360 | 123.391 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 190.882 | 17 | 11.228 | 1.167 | .320 |
| | Within Groups | | 548.495 | 57 | 9.623 | | |
| | Total | | 1926.737 | 75 | | | |

2. HASIL UJI LINEARITAS KUALITAS PELAYANAN (X2)

ANOVA Table

| | | | Sum of | | Mean | | |
|---|---------------|-----------------------------|---------|----|---------|--------|------|
| | | | Squares | df | Square | F | Sig. |
| KEPUTUSAN PEMBELIAN * KUALITAS PELAYANAN | Between | (Combined) | 885.796 | 15 | 59.053 | 3.404 | .000 |
| | Groups | Linearity | 667.872 | 1 | 667.872 | 38.496 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 217.924 | 14 | 15.566 | .897 | .566 |
| | Within Groups | | 1040.94 | 60 | 17.349 | | |
| | Total | | 1926.73 | 75 | | | |

LAMPIRAN 9

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------------|----|---------|---------|-------|-------------------|
| LOKASI | 76 | 19 | 40 | 32.72 | 5.166 |
| KUALITAS PELAYANAN | 76 | 25 | 40 | 33.58 | 3.689 |
| KEPUTUSAN PEMBELIAN | 76 | 22 | 40 | 33.74 | 5.069 |
| Valid N (listwise) | 76 | | | | |

LAMPIRAN 10

1. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 | | |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 | .665 | 1.504 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 | .665 | 1.504 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

LAMPIRAN 11

1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .943 | 1.965 | | .480 | .633 |
| | LOKASI | -.072 | .050 | -.201 | -1.428 | .158 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .113 | .071 | .225 | 1.599 | .114 |

a. Dependent Variable: RES2

LAMPIRAN 12

1. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1239.684 | 2 | 619.842 | 65.859 | .000 ^b |
| | Residual | 687.052 | 73 | 9.412 | | |
| | Total | 1926.737 | 75 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

c. Hasil Uji Determinasi (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .802 ^a | .643 | .634 | 3.068 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

LAMPIRAN 13

1. HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.962 | 3.277 | | .904 | .369 |
| | LOKASI | .656 | .084 | .668 | 7.795 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .278 | .118 | .202 | 2.358 | .021 |

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

LAMPIRAN 14

Pengisian Angket dengan Ibu Hj. Nur Ainun Lubis



Pengisian Angket dengan Ibu Hj. Nur Khodijah



Pengisian Angket dengan Ibu Hj. Aina Tanjung



Pengisian Angket dengan Ibu Saratingga Nasution



Pengisian Angket dengan Ibu Mei Sari Hutagalung



Pengisian Angket dengan Bapak Riki Sikumbang



Pengisian Angket dengan Bapak H. Musdan Siagian



Pengisian angket dengan Ibu Rukiyah Zega



Pengisian Angket dengan Ibu Mariana Harahap





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihatang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 33 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2021
Lampiran :
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

09 Januari 2021

Yth. Bapak/Ibu;

1. Arbanur Rasyid : Pembimbing I
2. Arti Damisa : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sa'adah Ashwani
NIM : 1740200065
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah PT. Aryati Tour dan Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga-Tapteng.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 3059 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/12/2021
Hal : Mohon Izin Riset

15 Desember 2021

**Yth. Pimpinan PT. Aryati Tour dan Tarvel Haji dan Umrah
Cabang Sibolga-Tap-teng**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Sa'adah Ashwani
NIM : 1740200065
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Keputusan Menjadi Jama'ah Umrah pada PT. Aryati Tour dan Tarvel Haji dan Umrah Cabang Sibolga".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



ARYATI TOUR AND TRAVEL

CABANG SIBOLGA-TAPANULI TENGAH
Alamat: Jl. Sisingamangaraja No. 147 Sibolga 22512 HP: 082264263005-082264163172 TMS: 082264263005

Nomor : 19/ARYATI TAT/SBG-TT/XII/2021
Lampiran : ---
Perihal : Izin Riset

Sibolga, 17 Desember 2021

Kepada Yth,
Wakil Dekan Bidang Akademik
IAIN Padang Sidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di

Tempat

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Teriring salam dan do'a kiranya kita semua senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT dan sukses selalu dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Aamiin yaa robbal'alamiin.

Sesuai dengan surat Nomor : 3059/In.14/G.1/G.4c/TL.00/12/2021 Hal Mohon Izin Riset, maka dengan ini kami dari Aryati Tour and Travel Haji dan Umrah Cabang Kota Sibolga dan Tapanuli Tengah memberikan izin kepada :

Nama : Sa'adah Ashwani
NIM : 1740200065
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **"Determin Keputusan Menjadi Jam'ah Umrah pada PT. Aryati Tour and Travel Haji dan Umrah Cabang Sibolga"**

Untuk melakukan riset di Aryati Tour and Travel Haji dan Umrah Cabang Kota Sibolga dan Tapanuli Tengah.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

ARYATI Tour and Travel



ARYATI
TOUR AND TRAVEL

CABANG SIBOLGA-TAPANULI TENGAH
Hj. Mawarni Panggabean, S.Ag

Pimpinan Cabang Sibolga-Tapanuli Tengah

Tembusan :

1. PT. Aryati Travel and Tour Pusat di Jakarta;
2. Arsip

"Haji dan Umrah nya bersama kami saja"

