



## ANALISA WORD OF MOUTH DAN TRUTH TERHADAP MINAT HAJI KHUSUS (Studi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta)

Nury Salma  
Ade Yuliar  
IAIN Surakarta

---

**Keywords:**

*Word of mouth;  
trust; interest*

---

**Abstract**

*This study aims to analyze the effect of word of mouth and trust towards the interest of pilgrims to register exclusive Hajj in Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta. The dependent variable in this study is the interest of pilgrims registering exclusive hajj. Meanwhile, the independent variables are word of mouth and service trust. The population in this study included all pilgrims who have registered a special Hajj package. The sample was selected using the accidental sampling method and obtained 30 respondents. This study was a quantitative study using multiple linear regressions as an analysis technique. The results show that word of mouth has no significant effect on the interest of pilgrims registering exclusive hajj. Furthermore, the truth has a significant effect on the readability of pilgrims registering exclusive hajj.*

**Kata kunci:**

*Word of mouth;  
kepercayaan;  
minat*

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh word of mouth dan kepercayaan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat jemaah mendaftar haji khusus. Sedangkan variabel independen adalah word of mouth dan kepercayaan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh jemaah yang telah mendaftar paket haji khusus. Sampel dipilih menggunakan metode accidental sampling dan diperoleh 30 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan regresi linear berganda sebagai teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji

khusus. Selanjutnya, kepercayaan (truth) berpengaruh signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus.

## PENDAHULUAN

Haji merupakan salah satu ibadah yang terdapat dalam rukun Islam kelima setelah syahadat, salat, puasa dan zakat. Tidak sempurna keimanan seseorang apabila ia tidak menjalankan ibadah haji padahal sudah mampu memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditentukan, jika syarat tersebut sudah terpenuhi maka wajib hukumnya untuk tetap menjalankan ibadah haji.

Berdasarkan keputusan rapat Menteri Luar Negeri Negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) tahun 1978, telah disepakati adanya pembatasan jumlah jemaah haji setiap negara sebesar 1:1000 dari total jumlah penduduk (yang beragama Islam) sehingga kuota jemaah haji Indonesia yang disepakati dalam *Memorandum of Understanding* (MoU) sebanyak 221.000 jemaah berdasarkan jumlah penduduk muslim Republik Indonesia yang tercatat di PBB (Djamil, 2015).

Pada tahun 2019 Indonesia mendapatkan tambahan kuota sebesar 10.000 jemaah dari pemerintah Arab Saudi sehingga total kuota haji di Indonesia naik menjadi 231.000 jemaah (Kuwado, 2019). Dari kuota jemaah haji 231.000 terbagi menjadi 214.000 jemaah haji reguler dan 17 ribu jemaah haji khusus. Walaupun dengan penambahan kuota jemaah haji menjadi 231.000 jemaah tidak terlalu terasa efeknya di tingkat nasional, karena daftar masa tunggu haji Indonesia paling lama 33 tahun dan paling cepat 12 tahun.



**Gambar 1**  
Lama Antrian Jemaah Haji Indonesia

Permasalahan klasik pasti terjadi di wilayah yang jumlah populasi penduduknya banyak. Misalnya saja di pulau Jawa, menurut proyeksi penduduk Indonesia (2015-2045) dengan dasar hasil Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2015, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 266,91 juta jiwa dan dari jumlah tersebut sekitar 150 juta jiwa atau lebih dari 56% berada di pulau Jawa (Kusnandar, 2019).

Jawa Tengah merupakan provinsi dengan penduduk terbanyak ketiga dengan 34,9 juta penduduk dan mempunyai daftar tunggu jemaah haji 26 tahun. Setiap tahunnya Asrama Haji Donohudan Boyolali menjadi titik kumpul jemaah haji yang berada di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta untuk persiapan

pemberangkatan jemaah haji. Pada tahun 2019 jumlah jemaah haji yang diberangkatkan dari embarkasi Surakarta sebanyak 34.171 jemaah (Ajiyanto, 2019). Dengan jumlah pemberangkatan sebanyak 34.171 masih belum cukup mengakomodir minat masyarakat untuk berangkat haji sehingga memilih cara lain untuk berangkat haji salah satunya dengan memanfaatkan biro perjalanan haji dan umrah.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 2019 mengatur tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Di dalamnya juga terdapat pembahasan mengenai ibadah haji khusus yang membahas tentang umum, persyaratan, hak dan kewajiban penyelenggaraan ibadah haji khusus, kuota haji khusus, biaya perjalanan ibadah haji khusus, petugas, pendaftaran dan penundaan, dokumen perjalanan ibadah haji khusus, pembinaan, pelayanan kesehatan, pelayanan transportasi, pelayanan akomodasi dan konsumsi, perlindungan, pelaporan, pengawasan dan evaluasi, serta akreditasi agar pelaksanaan ibadah haji khusus dapat berjalan aman, tertib dan lancar dengan menjunjung tinggi semangat keadilan, transparansi, serta akuntabilitas publik.

Menurut data Kantor Kementerian Agama Kota Surakarta tahun 2020, menjelaskan bahwa jumlah biro umrah dan haji yang berkantor pusat di Solo ada empat, sedangkan kantor cabang secara resmi yang ada di Surakarta hanya 12. Padahal, total jumlah biro umrah dan haji yang beroperasi di Surakarta ada 127 kantor. Biro yang ingin memiliki perijinan resmi harus mendaftarkan bironya ke Kementerian Agama Republik Indonesia di Jakarta. Akan tetapi, ketika ada biro yang membuka kantor pusat atau cabang di beberapa wilayah khususnya Surakarta, jarang ada biro yang melaporkan perihal perijinan yang telah didapat ke Kantor Kementerian Agama Surakarta, sehingga kemenag daerah tidak dapat memantau perkembangan biro yang berjalan di wilayah Surakarta.

Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta merupakan salah satu biro yang berada di Surakarta yang berstatus sebagai kantor pusat yang beralamatkan di Jl. Adi Sucipto, No. 6, Manahan, Banjarsari,

Surakarta. Didirikan di Surakarta sejak tahun 2015 di bawah naungan PT Dewangga Travindo, saat ini Dewangga Lil Hajj Wal Umrah telah mempunyai kantor cabang di Salatiga, Yogyakarta, dan Madiun, serta terdapat perwakilan yang berada di Boyolali, Sragen, dan Karanganyar. Dewangga Lil Hajj Wal Umrah telah mempunyai perizinan resmi Ibadah Umrah no. 756 tahun 2016, dari perizinan ini Dewangga dapat memberangkatkan jemaah dimulai tahun 2016.

**Tabel 1**  
Jumlah Jemaah Umrah Dewangga Surakarta

| No           | Tahun | Jumlah Jemaah |
|--------------|-------|---------------|
| 1.           | 2016  | 800 Jemaah    |
| 2.           | 2017  | 1200 Jemaah   |
| 3.           | 2018  | 1800 Jemaah   |
| 4.           | 2019  | 2500 Jemaah   |
| Total Jemaah |       | 6300 Jemaah   |

Sumber : Dewangga, 2019

Selain itu Dewangga juga mempunyai izin resmi dalam mengelola haji khusus PHU/HK.3367/III/2018 dengan izin ini Dewangga dapat menyelenggarakan haji khusus, seperti yang diketahui penyelenggaraan haji khusus merupakan ibadah haji yang diselenggarakan oleh biro perjalanan dengan masa tunggu 6-8 tahun. Dengan masa tunggu yang cukup singkat antara 6-8 tahun membuat biaya yang dikeluarkan lebih mahal dibanding dengan reguler. Dewangga Surakarta belum memberangkatkan jemaah haji khusus, namun akan mulai memberangkatkan jemaah perdana pada tahun 2023. Dewangga baru membuka pendaftaran haji khusus pada tahun 2018, adapun jumlah jemaah haji khusus yang telah mendaftar pada tahun 2018 sejumlah 15 jemaah dan 2019 terdapat 20 jemaah jadi total pendaftar periode tahun 2018-2019 terdapat 35 jemaah.

Jemaah haji khusus di Dewangga merupakan alumni jemaah umrah Dewangga yang berminat mendaftar paket haji khusus. Keyakinan jemaah menggunakan jasa biro Dewangga kembali, tidak lepas dari totalitas pelayanan yang diberikan Dewangga kepada jemaah sehingga jemaah merasa puas menggunakan jasa biro Dewangga. Selain itu, ada juga beberapa jemaah hasil dari rekomendasi dari jemaah lain yang pernah menggunakan jasa dari Dewangga.

Minat jemaah untuk menggunakan jasa Dewangga sangat tinggi, salah satunya dikarenakan Dewangga sebagai biro yang tergolong baru yang telah mempunyai izin resmi ibadah umrah dan haji khusus/furoda, dimana tidak semua biro di wilayah Surakarta mempunyai izin sendiri untuk menyelenggarakan ibadah umrah dan haji. Hal ini yang membuat Dewangga memiliki daya tarik sendiri di mata jemaah dan calon jemaahnya.

Membahas mengenai minat konsumen terhadap beberapa faktor tertentu dalam membeli sebuah produk, peneliti menggunakan penelitian sebelumnya guna menentukan pembaharuan dalam penelitian ini. Pertama adalah tulisan (Qadhafi, 2017) berjudul Pengaruh WoM (*Word of Mouth*), Harga. Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Mineral Dzakya ditemukan hasil analisis bahwa terdapat penurunan tiga tahun terakhir terhadap produk air mineral Dzakya, diduga karena beberapa faktor yaitu faktor harga, *word of mouth*, dan label halal. Adapun untuk hasil pengujiannya yaitu *word of mouth* dan label halal tidak berpengaruh sedangkan harga berpengaruh terhadap pembelian air mineral Dzakya.

Kedua, oleh (Pratiwi, 2017) yang berjudul Pengaruh *Word of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Boardgame Lounge Smart Cafe* Pekanbaru. Hasil analisis ditemukan bahwa *boardgame lounge smart café* merupakan café pertama di Pekanbaru yang dimana menunjukkan pendapatan yang mengalami peningkatan dari awal buka tahun 2016. *Word of mouth communication* menjadi rekomendasi untuk memudahkan konsumen membuat

keputusan pembeli hal ini selaras dengan hasil pengujian *word of mouth* communication terhadap keputusan membeli dinyatakan berpengaruh positif.

Ketiga, ditulis oleh (Jannah, 2019) yang berjudul Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Oppo *Smarthphone* di Solo Raya. Hasil penelitian ditemukan bahwa OPPO *Smarthphone* mengalami penurunan pada tahun 2017 dan 2018, sehingga OPPO melakukan promosi menggunakan *celebrity endorser, brand image* dan menciptakan kepercayaan konsumen. Adapun hasil pengujiannya yaitu ketiga promosi tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

Selanjutnya, penelitian dari (Dedi, 2017) yang berjudul Pengaruh Faktor Pribadi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Umrah pada PT Grand Darussalam Medan. Adapun hasil penelitiannya yaitu meningkatnya keinginan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah meski terdapat beberapa biro dalam melayani jemaah tidak maksimal dalam memfasilitasi penyelenggaraan umrah, sehingga peneliti memfokuskan pada variabel faktor pribadi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jasa layanan umrah di PT Grand Darussalam Medan. Adapun hasil pengujiannya yaitu dari kedua variabel tersebut faktor pribadi dan kepercayaan masing-masing berpengaruh positif terhadap pembelian jasa layanan umrah pada PT Grand Darussalam Medan.

Sedangkan dalam penelitian kali ini lebih mencari informasi terkait minat jemaah dalam mendaftar haji khusus yang ditinjau dari *word of mouth* dan kepercayaan studi di Dewangga Lil Hajj wal Umrah Surakarta. Adapun penelitian ini dirasa perlu dilakukan mengingat biro Dewangga Lil Hajj wal Umrah sendiri merupakan biro baru yang berkantor pusat di Surakarta dan telah mendapatkan kepercayaan masyarakat dengan memberangkatkan jemaah Umrah yang jumlahnya naik disetiap tahunnya serta belum pernah memberangkatkan

jemaah haji khusus sebelumnya, namun biro ini telah mendapat kepercayaan dari 30 jemaah yang berdomisili di Surakarta untuk dapat memberangkatkan jemaah melalui program haji khusus dengan masa tunggu 6-8 tahun. Maka dari itu, penelitian ini ingin mengetahui minat jemaah dalam mendaftar haji khusus yang ditinjau dari *word of mouth* dan kepercayaan studi di biro Dewangga Lil Hajj wal Umrah Surakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2020 hingga Juni 2020 ini berlokasi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang dalam proses pelaksanaan penelitiannya banyak menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran, sampai pada hasil atau penarikan kesimpulannya (Machali, 2016). Untuk itu dalam menganalisis data kuesioner, peneliti menggunakan analisis statistik berupa SPSS. Hasil dari penelitian tersebut disajikan dalam bentuk angka-angka yang selanjutnya diinterpretasikan, diuraikan dan ditafsirkan. Adapun maksud dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat jemaah mendaftar haji khusus yang ditinjau dari *word of mouth* dan kepercayaan studi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta.

Data dan Sumber data penelitian merujuk pada data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari jemaah dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan alat bantu *googleform*. Sedangkan data sekunder diperoleh peneliti melalui hasil wawancara dengan pihak terkait seperti biro Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta dan Kemenag Daerah Kota Surakarta serta mengutip artikel yang terdapat di website yang akan membantu dan mengkaji secara kritis. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon jemaah haji khusus pendaftar tahun 2018 sampai 2019 sejumlah 30 orang jemaah.

Selanjutnya teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling* (*Convenience Sampling*). Adapun kriteria yang menjadi sampel yaitu :

- a. Jemaah yang berdomisili di Karesidenan Surakarta.
- b. Jemaah yang telah mendaftar haji khusus di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah periode tahun 2018 hingga 2019.
- c. Karakteristik responden yang dilihat dari gender, usia, pekerjaan, dan penghasilan jemaah haji khusus.

Adapun teknik pengumpulan data peneliti melalui wawancara. Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur. Data yang diambil dalam proses wawancara berupa klarifikasi dengan Kementerian Agama Kota Surakarta mengenai berita haji di website, kemudian lebih mendalami lagi informasi mengenai haji khusus di Dewangga baik sejarah berdirinya Dewangga, informasi dibentuknya haji khusus dan mendata jemaah yang mendaftar haji khusus di Dewangga.

Pengumpulan data berikutnya adalah menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian ini berbentuk media cetak berupa brosur, surat perjanjian antara PIHK dan calon jemaah haji, foto proses penyebaran angket dan media elektronik berupa company profile jemaah guna menyelidiki total jemaah, dilihat berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Metode pengumpulan data terakhir menggunakan kuesioner, metode ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dengan yang ingin dicapai peneliti melalui kuesioner.

Lalu yang terakhir adalah teknik analisis data, yang mana dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa regresi linear berganda. Adapun analisis regresi linear berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen (Qadhafi, 2017). Untuk alat bantu pengukuran menggunakan *software* komputer melalui program SPSS versi 25.

Akan tetapi, sebelum menggunakan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu peneliti melewati langkah-langkah. *Pertama*, yaitu analisis statistik deskriptif untuk mendata karakteristik responden. *Kedua*, melakukan uji instrumen data yang berfungsi untuk mengetahui seberapa akurat sebuah data sehingga dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. *Ketiga*, melakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Lalu selanjutnya uji ketepatan model juga digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel pada saat mengukur nilai aktual. Setelah beberapa proses tersebut dilalui barulah dapat dilakukan uji regresi linier berganda dan diakhiri penarikan hipotesis menggunakan 'uji t'.

## PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, populasinya merupakan jemaah calon haji khusus pada biro Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta periode pendaftaran tahun 2018-2019, sejumlah 30 orang calon jemaah haji khusus. Menurut keterangan Bapak Her Suprabu selaku direktur utama Biro Tour and Travel Dewangga, program haji khusus Dewangga Surakarta pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 dan jemaah calon haji khusus baru akan diberangkatkan nanti pada tahun 2023.

Data responden diperoleh penulis dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibuat dalam bentuk *googleform* kepada jemaah calon haji khusus. Data yang terkumpul diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, profesi, dan tingkat penghasilan bulanan jemaah calon haji khusus.

### *Hasil Analisis Statistik Deskriptif*

Berikut ini profil 30 responden calon jemaah haji khusus yang turut berpartisipasi dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut.

## a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 2**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No    | Jenis Kelamin | Distribusi Frekuensi |                |
|-------|---------------|----------------------|----------------|
|       |               | Frekuensi (N)        | Persentase (%) |
| 1.    | Laki-Laki     | 12                   | 40,0           |
| 2.    | Perempuan     | 18                   | 60,0           |
| Total |               | 30                   | 100,0          |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Dalam penelitian diatas menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 12 atau 40% responden dan perempuan sebanyak 18 atau 60% responden. Berdasarkan jenis kelamin ini paling banyak didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

## b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 3**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

| No    | Usia          | Distribusi Frekuensi |                |
|-------|---------------|----------------------|----------------|
|       |               | Frekuensi (N)        | Persentase (%) |
| 1.    | < 25 Tahun    | 1                    | 3,3            |
| 2.    | 26 - 35 Tahun | 3                    | 10,0           |
| 3.    | 36 - 55 Tahun | 13                   | 43,3           |
| 4.    | > 55 Tahun    | 13                   | 43,3           |
| Total |               | 30                   | 100,0          |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Pada kategori usia responden, usia <25 tahun terdapat 1 orang atau 3,3%, responden dengan usia 26-35 tahun terdapat 3

atau 10% dan usia 36-55 tahun serta usia >55 tahun masing-masing terdapat 13 responden atau 43,3%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Tabel 4**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| No    | Tingkat Pendidikan | Distribusi Frekuensi |                |
|-------|--------------------|----------------------|----------------|
|       |                    | Frekuensi (N)        | Persentase (%) |
| 1.    | SD / MI            | 3                    | 10,0           |
| 2.    | SMP / MTs          | 2                    | 6,7            |
| 3.    | SMA / MA           | 4                    | 13,3           |
| 4.    | S1                 | 19                   | 63,3           |
| 5.    | S2                 | 2                    | 6,7            |
| Total |                    | 30                   | 100,0          |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Dalam tabel pendidikan lebih didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan S1 yaitu sejumlah 19 orang atau 63,3%. Kemudian responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA sebanyak 4 orang atau 13,3%, untuk tingkat pendidikan SD/MI sejumlah 3 orang atau 10% dan untuk responden S2 dan SMP/MTS dengan jumlah yang sama yaitu 2 orang atau 6,7%.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi

**Tabel 5**  
Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi

| No | Profesi               | Distribusi Frekuensi |                |
|----|-----------------------|----------------------|----------------|
|    |                       | Frekuensi (N)        | Persentase (%) |
| 1. | PNS                   | 8                    | 26,7           |
| 2. | Pegawai Swasta        | 14                   | 46,7           |
| 3. | Pedagang / Wiraswasta | 2                    | 6,7            |

|       |           |    |       |
|-------|-----------|----|-------|
| 4.    | IRT       | 4  | 13,3  |
| 5.    | BUMD/BUMN | 2  | 6,7   |
| Total |           | 30 | 100,0 |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Pada kategori pekerjaan, sebanyak 14 orang atau 46,7% responden berprofesi sebagai pegawai swasta. Sebanyak 8 orang atau 26,7% responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Sebanyak 4 orang atau 13,3% berprofesi sebagai IRT dan pada profesi wiraswasta dan BUMD/BUMN masing-masing terdapat 2 orang atau 6,7%.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

**Tabel 6**

Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

| No    | Penghasilan Bulanan           | Distribusi Frekuensi |                |
|-------|-------------------------------|----------------------|----------------|
|       |                               | Frekuensi (N)        | Persentase (%) |
| 1.    | <Rp. 3.000.000                | 9                    | 30,0           |
| 2.    | Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000 | -                    | -              |
| 3.    | Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000 | 8                    | 26,7           |
| 4.    | >Rp. 5.000.000                | 13                   | 43,3           |
| Total |                               | 30                   | 100,0          |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Untuk kategori penghasilan bulanan terdapat 13 orang atau 43,3% berpenghasilan > Rp. 5.000.000, 8 orang atau 26,7% berpenghasilan Rp. 4.000.000- Rp. 5.000.000 dan 9 orang atau 30% berpenghasilan <Rp. 3.000.000.

### **Hasil Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen berfungsi untuk mengetahui seberapa akurat sebuah data sehingga dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Analisis pengujian instrumen data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Adapun hasilnya dapat diketahui sebagai berikut:

#### **a. Uji Validitas**

Validitas merupakan alat untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Adapun teknik untuk menarik kesimpulan menggunakan rumus *korelasi product moment* yakni dengan menentukan *degree of freedom* ( $df = n-2$ ) kemudian dilakukan perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Pada tabel *product moment* dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir soal dikatakan tidak valid (Eny Safitrti, 2019) berikut hasilnya:

$r$  tabel ( $DF=N-2$ )

$Df = N-2 = 30-2 = 28$  (nilai  $r$  tabel ditemukan 0,374)

#### 1. Variabel *Word of Mouth*

Kuesioner variabel *word of mouth* terdiri atas 12 butir pertanyaan, ringkasannya sebagai berikut.

**Tabel 7**  
Hasil Uji Validitas Variabel *Word of Mouth*

| Variabel             | Pernyataan | $r$ hitung | $r$ tabel | Keterangan |
|----------------------|------------|------------|-----------|------------|
| <i>Word of Mouth</i> | WOM 1      | ,822**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 2      | ,865**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 3      | ,938**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 4      | ,816**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 5      | ,948**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 6      | ,849**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 7      | ,722**     | 0,374     | Valid      |
|                      | WOM 8      | ,713**     | 0,374     | Valid      |

|  |        |        |       |       |
|--|--------|--------|-------|-------|
|  | WOM 9  | ,445*  | 0,374 | Valid |
|  | WOM 10 | ,839** | 0,374 | Valid |
|  | WOM 11 | ,898** | 0,374 | Valid |
|  | WOM 12 | ,834** | 0,374 | Valid |

Sumber : Output SPSS, 2020

Pada tabel 7 tersebut, diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel word of mouth dinyatakan valid, yang dibuktikan dengan diperoleh r hitung  $> 0,374$  dan nilai r hitung positif, sehingga indikator variabel tersebut dapat dikatakan valid.

## 2. Variabel Kepercayaan

Kuesioner variabel kepercayaan terdiri dari 15 pertanyaan, ringkasan sebagai berikut :

**Tabel 8**  
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

| Variabel    | Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------|------------|----------|---------|------------|
| Kepercayaan | K 1        | ,470**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 2        | ,782**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 3        | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 4        | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 5        | ,818**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 6        | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 7        | ,836**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 8        | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 9        | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 10       | ,802**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 11       | ,951**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 12       | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 13       | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 14       | ,954**   | 0,374   | Valid      |
|             | K 15       | ,820**   | 0,374   | Valid      |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Pada tabel 8 tersebut, diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kepercayaan dinyatakan valid, yang dibuktikan dengan diperoleh  $r$  hitung  $> 0,374$  dan nilai  $r$  hitung positif, sehingga indikator variabel tersebut dapat dikatakan valid.

### 3. Variabel Minat

Kuesioner variabel minat terdiri 8 pertanyaan, ringkasannya sebagai berikut.

**Tabel 9**  
Hasil Uji Validitas Minat

| Variabel | Pernyataan | $r$ hitung | $r$ tabel | Keterangan |
|----------|------------|------------|-----------|------------|
| Minat    | M 1        | ,801**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 2        | ,681**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 3        | ,696**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 4        | ,854**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 5        | ,403*      | 0,374     | Valid      |
|          | M 6        | ,801**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 7        | ,596**     | 0,374     | Valid      |
|          | M 8        | ,418*      | 0,374     | Valid      |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Pada tabel 9 tersebut, diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel minat dinyatakan valid, yang dibuktikan dengan diperoleh  $r$  hitung  $> 0,374$  dan nilai  $r$  hitung positif, sehingga indikator variabel tersebut dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila tes tersebut dapat memberikan hasil tes yang tetap dan stabil. Pengujian reliabilitas menggunakan

koefisien *Cronbach Alpha*, suatu pertanyaan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , sebaliknya jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$ , maka dinyatakan tidak reliabel (Friadani, 2019).

**Tabel 10**  
Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel Penelitian  | Cronbach Alpha | Standar Reliabel | Keterangan |
|----|----------------------|----------------|------------------|------------|
| 1. | <i>Word of Mouth</i> | 0,776          | 0,60             | Reliabel   |
| 2. | Kepercayaan          | 0,772          | 0,60             | Reliabel   |
| 3. | Minat                | 0,746          | 0,60             | Reliabel   |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 10 tersebut, diketahui *cronbach alpha* masing-masing variabel  $> 0,60$  hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada *word of mouth*, kepercayaan dan minat dikatakan reliabel dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur.

### c. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik, berikut penjelasan dari hasil uji asumsi klasik tersebut.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residu memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka menunjukkan distribusi data tidak normal (Lita, 2019).

Tabel 11  
Hail Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|--|----------------|-------------------------|
|  |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 30                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | ,0000000                |
|  | Std. Deviation | 1,29598733              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | ,148                    |
|  | Positive       | ,148                    |
|  | Negative       | -,127                   |
| Test Statistic                         |                | ,148                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | ,093 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 11, dapat diketahui bahwa besaran nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,093. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)*  $> 0,05$  yaitu  $0,093 > 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan data residual telah terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengukur tingkat hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran korelasi ( $r$ ). Multikolinearitas dapat dilihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan koefisiensi korelasi antar variabel bebas. Hukum yang digunakan adalah jika nilai  $VIF < 10$  atau memiliki *tolerance*  $> 0,1$  maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi, sebaliknya jika nilai  $VIF > 10$  atau memiliki *tolerance*  $< 0,1$ , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi (Machali, 2016).

**Tabel 12**  
Hail Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                                     |       |                                   |       |                        |                            |       |
|---------------------------|------------------|-------------------------------------|-------|-----------------------------------|-------|------------------------|----------------------------|-------|
| Model<br>B                |                  | Unstandar-<br>dized<br>Coefficients |       | Standar-<br>dized<br>Coefficients | t     | Sig.<br>Tol-<br>erance | Collinearity<br>Statistics |       |
|                           |                  | Std.<br>Error                       | Beta  |                                   |       |                        | VIF                        |       |
| 1                         | (Constant)       | 11,686                              | 1,901 |                                   | 6,146 | ,000                   |                            |       |
|                           | WOM              | -,066                               | ,086  | -,175                             | -,768 | ,449                   | ,129                       | 7,750 |
|                           | KEPER-<br>CAYAAN | ,396                                | ,085  | 1,066                             | 4,680 | ,000                   | ,129                       | 7,750 |

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat nilai *tolerance* dan VIF *word of mouth tolerance* sebesar 0,129 dan VIF 7,750, dan kepercayaan *tolerance* sebesar 0,129 dan VIF 7,750. Hasil tersebut menyatakan bahwa nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF <10, artinya variabel penelitian ini dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas, sehingga memenuhi syarat uji multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi persamaan atau ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidak gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser, apabila nilai korelasi antar variabel independen dengan residual terdapat nilai signifikansi > 0,05 maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Selain menggunakan uji glejser, dapat juga menggunakan grafik scatterplot, apabila titik-titik menyebar di sekitar angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Lita, 2019).

**Tabel 13**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

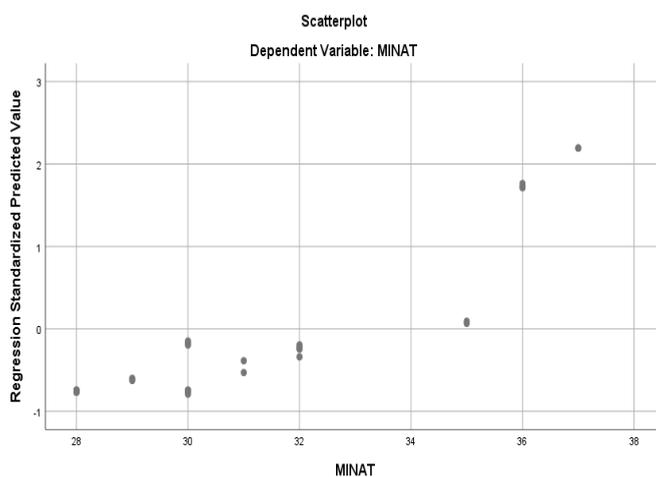
| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |      |                           |       |      |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | B            | Unstandardized Coefficients |      | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |              | Std. Error                  | Beta |                           |       |      |
| 1                         | (Constant)   | 2,525                       | ,976 |                           | 2,586 | ,015 |
|                           | WOM          | -,026                       | ,044 | -,299                     | -,596 | ,556 |
|                           | KEPER-CAYAAN | -,005                       | ,043 | -,057                     | -,114 | ,910 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES1

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 13 tersebut, hasil dari pengelolaan heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji glejser pada SPSS, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *word of mouth* menunjukkan  $0,556 > 0,05$  dan variabel kepercayaan menunjukkan hasil  $0,910 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 2**  
Grafik Scatterplot



Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan gambar 2, dijelaskan bahwa titik menyebar di sekitar angka nol dan tidak membentuk pola tertentu atau pola tidak beraturan sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### d. Hasil Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel pada saat mengukur nilai aktual, berikut penjelasan hasil uji asumsi klasik :

##### 1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji determinasi (*Adjusted R Square*) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Lita, 2019).

**Tabel 14**

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

| Model Summary                               |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                       | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | ,905 <sup>a</sup> | ,819     | ,806              | 1,343                      |
| a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, WOM |                   |          |                   |                            |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Dapat dilihat pada tabel 14, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,806 hal ini berarti variasi variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel *word of mouth* dan kepercayaan sebesar 80,6%. Sedangkan 19,4% (100%-80,6%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

##### 2. Uji Statistik F

Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila

tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak. Akan tetapi jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak sebaliknya  $H_a$  diterima. Selain pengujian statistik F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, adapun hukumnya jika F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sedangkan jika F hitung  $<$  F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 15**  
Hasil Uji Statistik F

| ANOVA <sup>a</sup>                          |            |                |    |             |        |                   |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                       |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1   | Regression | 220,759        | 2  | 110,379     | 61,186 | ,000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 48,708         | 27 | 1,804       |        |                   |
|   | Total      | 269,467        | 29 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: MINAT                |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, WOM |            |                |    |             |        |                   |

Sumber : Output SPSS, 2020.

Dari tabel 15 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 61,186 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa F hitung  $>$  F tabel (61,186  $>$  3,34), hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini fit/ layak diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda.

#### e. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan studi mengenai ketergantungan satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terdiri *word of mouth* dan kepercayaan terhadap

variabel dependen yaitu minat mendaftar haji khusus (Qadhafi, 2017). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 16**  
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |       |                           |       |      |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |              | Unstandardized Coefficients |       | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |              | Std. Error                  | Beta  |                           |       |      |
| 1                         | (Constant)   | 11,686                      | 1,901 |                           | 6,146 | ,000 |
|                           | WOM          | -,066                       | ,086  | -,175                     | -,768 | ,449 |
|                           | KEPER-CAYAAN | ,396                        | ,085  | 1,066                     | 4,680 | ,000 |

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 16, persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 11,686 - 0,066 \text{ WOM} + 0,396 \text{ K} + e$$

1. Konstanta sebesar 11,686 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (*word of mouth* dan kepercayaan) konstan, maka tingkat minat jemaah mendaftar haji khusus sebesar 11,686.
2. Variabel *Word of Mouth* (X1) bernilai negatif dengan nilai -0,066 artinya variabel *word of mouth* berpengaruh negatif terhadap minat mendaftar haji khusus.
3. Variabel Kepercayaan (X2) bernilai positif dengan nilai 0,396 artinya variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat mendaftar haji khusus, semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi minat jemaah untuk mendaftar.

## f. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk dapat mengetahui kebenaran dari pernyataan atau asumsi sementara, maka pengujian hipotesis ini dapat dilakukan melalui uji statistik t.

Uji t berfungsi untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi yaitu jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak. Akan tetapi sebaliknya jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Selain itu pengujian uji statistik t dapat dilakukan pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, adapun hukumnya jika t hitung > t tabel maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sebaliknya jika t hitung < t tabel maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak (Lita, 2019).

**Tabel 17**  
Hasil Uji Statistik T

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |       |                           |       |      |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |              | Unstandardized Coefficients |       | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |              | Std. Error                  | Beta  |                           |       |      |
| 1                         | (Constant)   | 11,686                      | 1,901 |                           | 6,146 | ,000 |
|                           | WOM          | -,066                       | ,086  | -,175                     | -,768 | ,449 |
|                           | KEPER-CAYAAN | ,396                        | ,085  | 1,066                     | 4,680 | ,000 |

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 17, hasil uji statistik t maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan tabel 17, diperoleh hasil t hitung (-768), t tabel (2,05) dengan nilai signifikansi variabel *word of mouth* (X1) SEBESAR

0,449 > 0,05. Maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, yang berarti bahwa variabel *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta.

2. Berdasarkan uji t, diperoleh hasil t hitung (4,680) > t tabel (2,05) dengan nilai signifikansi variabel kepercayaan ( $X^2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### *Kesimpulan*

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan terhadap 30 responden dengan kriteria jemaah calon haji khusus yang mendaftar di biro Dewangga Lil Hajj wal Umrah dan berdomisili di Surakarta maka didapatkan kesimpulan hasil bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga. Adapun kesimpulan hasil selanjutnya yakni berkaitan dengan kepercayaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga.

### *Saran*

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terkait variabel *word of mouth* yang hanya sebatas lisan dan tidak termasuk pada jejak digital, sehingga hasil pengujian variabel *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Biro Dewangga. Karenanya, bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat memperluas penelitian khususnya terkait *word of mouth* hingga sampai pada rekomendasi melalui jejak digital. Diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi pihak biro lainnya

guna mengembangkan usahanya, khususnya dalam meningkatkan minat beli jemaah terhadap produk haji dan umrah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajiyanto, R. (2019). Embarkasi Solo Tahun Ini Berangkatkan 34.171 Jemaah Calon Haji. Retrieved November 16, 2019, from <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4612706/embarkasi-solo-tahun-ini-berangkatkan-34171-jemaah-calon-haji>
- Dedi, M. (2017). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Umroh pada PT . Grand Darussalam Medan. universitas sumatra utara medan. Universitas Sumatra Utara Medan.*
- Djamil, A. (2015). *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji Dan Umrah Tahun 2015-2019. Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji Kementerian Agama.*
- Eny Safitrti. (2019). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Beras Organik Ibu Rumah Tangga Desa Sambu Kec. Sambu Kab. Boyolali. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.*
- Friadani, A. M. (2019). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Lazismu Sragen. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.*
- Jannah, K. N. (2019). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Oppo Smartphone Di Solo Raya. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.*
- Kusnandar, V. B. (2019). Penduduk Indonesia Masih Terkonsentrasi di Pulau Jawa. *Katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/24/penduduk-indonesia-masih-terkonsentrasi-di-pulau-jawa>
- Kuwado, F. J. (2019). Arab Saudi Tambah Kuota Haji Indonesia Menjadi 231.000 Jemaah. *Kompas*. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/15/18055341/arab-saudi-tambah-kuota-haji-indonesia-menjadi-231000-jemaah>

- Lita, A. M. N. (2019). *Pengaruh Review Online, Kepercayaan Pada Web, Keamanan Bertransaksi Online, Dan Privasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Machali, I. (2016). *Metedologi Penelitian Kuantitatif. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)*.
- Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(1), 1-15.
- Qadhafi, N. El. (2017). *Pengaruh Wom (Word Of Mouth), Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Mineral Dzakya*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

