

## Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Jamaah Dalam Memilih PPIU

Istiqomah<sup>1\*</sup>, Ade Yuliar<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said  
Surakarta, Indonesia

Email: [Istiqomah.new1212@gmail.com](mailto:Istiqomah.new1212@gmail.com)

---

### INFO ARTIKEL

### ABSTRAK

---

#### Kata Kunci :

Faktor pribadi,  
keputusan jamaah,  
PPIU

#### Riwayat Artikel:

Diterima: Juni 2023.

Disetujui: Juli 2023.

Dipublikasikan: Agustus  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan jamaah dalam memilih PPIU. Faktor pribadi menjadi variabel independen, sedangkan keputusan jamaah menjadi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data penelitian berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada jamaah Hajar Aswad tahun 2018 dan 2019. Pengolahan dan analisis data menggunakan regresi linear sederhana melalui SPSS 25. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 54 reponden yang dilakukan dengan teknik insidental sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan jamaah dalam memilih PPIU.

---

### ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of personal factors have on the congregation's decision in choosing PPIU. Personal factors become the independent variable, while the congregations decisions become the dependent variable. This research uses quantitative research methods. The research data collection came from questionnaires distributed to the Hajar Aswad congregation in 2018 and 2019. Data processing and analysis used simple linear regression via SPSS 25. The sample in this study was 54 respondents who were carried out using the incidental sampling. The results of this study indicate that personal factors significantly influence the congregation's decision to choose PPIU.*

*Keywords : personal factors, congregational decisions, PPIU*

## **PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan dunia usaha biro perjalanan umrah semakin pesat, dimana para calon jamaah semakin mudah mendapatkan info yang berkaitan dengan program perjalanan umrah. Hampir semua elemen di dalam biro perjalanan umrah dapat dipelajari oleh calon jamaah baik melalui brosur maupun internet.

Masyarakat yang ingin menjalankan ibadah umrah tentunya sangat membutuhkan berbagai pelayanan dan akomodasi terkait dengan pelaksanaan ibadah umrah sehingga tingginya minat masyarakat untuk menjalankan ibadah umroh mendorong meningkatnya berbagai usaha yang bergerak dibidang jasa layanan umrah. Namun dengan banyaknya antusias umat Islam yang ingin pergi haji, maka diberlakukanlah daftar tunggu haji yang membutuhkan waktu yang lama. Dengan diterapkannya daftar tunggu haji, ibadah umrah dijadikan sebagai alternatif sehingga banyak diminati.

Tingginya minat umrah memicu persaingan antar PPIU yang semakin kompetitif. Para penyedia jasa layanan umroh berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, akomodasi yang memadai, serta menawarkan harga yang bersaing serta menawarkan jasa-jasa tambahan lainnya terkait dengan umrah agar mampu menarik minat calon jamaah umrah.

Keputusan pembelian merupakan hal yang biasa dipertimbangkan konsumen dalam proses memenuhi kebutuhan akan barang maupun jasa. Nugroho menyatakan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Dengan demikian, keputusan konsumen tidak terjadi begitu saja namun dapat didorong atau dipengaruhi oleh berbagai faktor yang salah satunya yaitu faktor pribadi.

Dalam memahami perilaku jamaah perlu dipahami siapa jamaah, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda. Bagian utama dari perilaku pembelian adalah proses keputusan yang dipergunakan untuk melakukan pembelian tersebut. Proses keputusan itu terdiri dari tiga kategori pengaruh utama yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian jamaah, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial. Sedangkan menurut Tjiptono (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri atas faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Utami, 2017a). Sebagian faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan

untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen. Maka menjadi suatu keharusan bagi penyelenggara perjalanan ibadah umrah untuk menyusun kegiatan pemasaran yang menitikberatkan kepada karakteristik para jamaah, dimana salah satunya yaitu faktor pribadi.

Keputusan seorang jamaah dipengaruhi oleh pribadinya, dalam hal ini yaitu mengenai usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Pribadi sering diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari riset, tempramen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Menurut Purimahua (2005), faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan (Noviasari & Ikram, 2013).

Biro umrah yang menyediakan pelayanan jasa jamaah cukup banyak dan tersebar di seluruh Indonesia. Untuk di wilayah Surakarta, terdapat banyak biro umrah, akan tetapi yang menjadi fokus peneliti yaitu biro umrah Hajar Aswad. Hajar Aswad mengantongi izin PPIU pada tahun 2016, melakukan akreditasi di tahun 2019 dan mendapatkan izin PIHK pada tahun 2020. Hajar Aswad bergabung dengan AMPHURI pada tahun 2020.

Berdasarkan wawancara langsung dengan W selaku staf humas dari biro Hajar Aswad, beliau mengatakan bahwa dari pengalaman-pengalaman jamaah sebelumnya, alasan jamaah memilih biro Hajar Aswad yaitu karena *getuk tular* atau dengan kata lain informasi mulut ke mulut, bahkan bagian marketing biro Hajar Aswad jarang melakukan marketing *door to door* karena dengan informasi getuk tular, banyak jamaah yang datang ke kantor karena informasi getuk tular.

“Kalau biasanya jamaah itu *getuk tular* mbak. Jadi dulu awalnya misalkan saya, saya dulu juga jamaah, saya terus mereferensikan ibu, mereferensikan kakak, mereferensikan adik, mereferensikan om kayak gitu, jadi lebih banyak *getuk tularnya*”(W, 38 Tahun, Wawancara tanggal 18 Maret 2021)

Hajar Aswad *concern* pada pelayanan, yaitu mulai dari sebelum keberangkatan, saat keberangkatan sampai kepulangan jamaah ke tanah air. Hajar Aswad mengusahakan jamaah efektif dan efisien, ketika jamaah datang pihak Hajar Aswad langsung melayani termasuk kebutuhan jamaah diluar umrah seperti pembuatan paspor dan suntik meningitis.

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat jumlah jamaah selama berdiri sampai sebelum pandemi yaitu kurang lebih 9000 jamaah. Peneliti mengambil data 2 tahun terakhir sebelum pandemi, yaitu pada tahun 2018 dan 2019. Jamaah pada tahun 2018 dan 2019 terdapat sejumlah 2.476 orang yang terdiri dari

jamaah berjenis kelamin perempuan sebanyak 1.387 orang dan jamaah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.049 orang. Selain memiliki jamaah yang banyak, biro ini juga berpengalaman dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan untuk para jamaahnya. Berbagai fasilitas yang diberikan seperti pelayanan yang ramah, pelatihan atau manasik umrah bagi calon jamaah, perlengkapan umrah jamaah dan lain sebagainya sesuai dengan harga paket yang dipilih. Biro ini salah satu biro yang banyak diminati oleh masyarakat di Surakarta dan sekitarnya.

Hal ini tentunya tidak terlepas dari faktor pribadi jamaah atas penyedia jasa layanan umrah di Surakarta. Fenomena yang sering muncul dimasyarakat menunjukkan bahwa keinginan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah umumnya terus meningkat, terlebih untuk melaksanakan ibadah haji kuotanya terbatas dan harus masuk dalam daftar tunggu yang dinilai terlalu lama sehingga banyak jamaah yang lebih memilih untuk melaksanakan umroh namun tetap berharap dapat melaksanakan ibadah haji dimasa mendatang.

## **LANDASAN TEORITIS**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga teori utama sebagai acuan dalam melakukan proses penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu mengenai faktor pribadi, keputusan jamaah dan juga penyelenggara perjalanan ibadah umrah atau PPIU.

### **Faktor Pribadi**

Kotler (2005) berpendapat mengenai faktor pribadi yang didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang melahirkan pandangan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan (Setiadi, 2019).

Menurut Tjiptono (2003) perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama, yang diantaranya yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Salah satu yang mempengaruhi perilaku jamaah yaitu faktor pribadi. Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan pembelian jamaah sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

Setiadi (2003) berpendapat bahwa faktor pribadi bisa didefinisikan sebagai karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk (Andespa, 2017).

Menurut Purimahua (2005) dalam Firda Amalia, faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan (Noviasari & Ikram, 2013).

Keputusan seorang pembeli salah satunya dipengaruhi oleh faktor pribadi yang terdiri dari (1) Usia dan Tahap Siklus Hidup, menurut Kotler (2011) seorang manusia mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang waktu di kehidupan yang mereka lalui (Andespa, 2017). Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Keputusan pembelian juga terbentuk oleh tahap siklus hidup keluarga. (2) Pekerjaan, pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengenali kelompok yang berhubungan dengan pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka. (3) Situasi Ekonomi, situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. (4) Gaya Hidup, menurut Kotler (2005) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya (Santoso, 2013). (5) Kepribadian dan Konsep Diri, setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian bermanfaat untuk menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk atau merk mereka.

### **Keputusan Jamaah**

Setiap jamaah memiliki beragam keinginan untuk memenuhi kebutuhannya, untuk dapat mengenal jamaah maka perlu mempelajari perilaku konsumen. Keputusan pembelian merupakan hal yang biasa dipertimbangkan konsumen dalam proses memenuhi kebutuhan akan barang maupun jasa. Pemahaman tentang perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui selera konsumen yang senantiasa berubah. Konsumen yang dimaksud disini yaitu jamaah.

Menurut Ajzen (2005) terdapat tiga indikator utama yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku, yaitu sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif tentang suatu perilaku (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Setiap individu memiliki kontrol pada dirinya yang dapat mendorongnya untuk melakukan suatu perilaku. Minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu ditentukan keyakinan atas pengetahuan yang diperoleh apakah perilaku tersebut akan berakibat positif atau negatif. Norma subjektif terbentuk dari motivasi untuk berperilaku sesuai harapan normatif. Kontrol perilaku berisikan aspek pengetahuan tentang kemudahan dan kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu (Zahro & Fanani, 2019).

Keputusan adalah sebuah hasil dari sebuah proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pengambilan keputusan konsumen dikemukakan oleh beberapa ahli, menurut Nugroho pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan, yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku (Setiadi, 2019).

Pengambilan keputusan pada hakikatnya adalah suatu pendekatan sistematis terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang tepat (Perdani, 2019).

Dalam buku Daryanto keputusan konsumen diartikan sebagai suatu keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan dengan didasari adanya niat untuk melakukan pembelian atau menggunakan jasa (Izzati, 2017).

Seorang jamaah ketika mencapai keputusan yang dipilih tidak terlepas dari tahap-tahap, yaitu (1) Pengenalan Kebutuhan, proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali masalah atau kebutuhan, yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. (2) Pencarian Informasi, konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen terdiri dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, sumber pengalaman. (3) Evaluasi Alternatif, evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. (4) Keputusan Pembelian, pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. (5) Perilaku Setelah Pembelian, setelah transaksi pembelian, konsumen bisa merasa puas atau tidak puas. Konsumen akan membandingkan produk yang telah dibeli dengan produk lain.

### **Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)**

Dalam UU No 8 Tahun 2019 dijelaskan terkait berbagai hal mengenai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah atau PPIU. Pertama, Penyelenggaraan Ibadah Umrah, (1) Perjalanan Ibadah Umrah dapat dilakukan secara perseorangan atau berkelompok melalui PPIU. (2) Selain oleh PPIU, penyelenggaraan perjalanan Ibadah Umrah dapat dilakukan oleh Pemerintah. (3) Penyelenggaraan perjalanan Ibadah Umrah yang dapat dilakukan oleh Pemerintah dilakukan jika terdapat keadaan luar biasa atau kondisi darurat.

Kedua, Syarat izin menjadi PPIU, (1) Dimiliki dan dikelola oleh warga

negara Indonesia beragama Islam. (2) Terdaftar sebagai biro perjalanan wisata yang sah. (3) Memiliki kemampuan manajerial, teknis, kompetensi personalia, dan kemampuan finansial untuk menyelenggarakan Ibadah Umrah yang dibuktikan dengan jaminan bank. (4) Memiliki mitra biro penyelenggara Ibadah Umrah di Arab Saudi yang memperoleh izin resmi dari pemerintah Kerajaan Arab Saudi. (5) Memiliki rekam jejak sebagai biro perjalanan wisata yang berkualitas dengan memiliki pengalaman memberangkatkan dan melayani perjalanan ke luar negeri.

Ketiga, Hak dan Kewajiban PPIU, PPIU berhak mendapatkan (1) Pembinaan dari Menteri. (2) Informasi tentang kebijakan penyelenggaraan Ibadah Umrah. (3) Informasi tentang hasil pengawasan dan akreditasi. Kewajiban PPIU (1) Menyediakan paling sedikit satu orang pembimbing ibadah setiap 45 orang Jemaah Umrah. (2) Memberikan pelayanan dokumen perjalanan, akomodasi, konsumsi, dan transportasi kepada jemaah sesuai dengan perjanjian tertulis yang disepakati antara PPIU dan Jemaah Umrah. (3) Memberangkatkan dan memulangkan Jemaah Umrah sesuai dengan masa berlaku visa umrah di Arab Saudi. (4) Menyampaikan rencana perjalanan umrah kepada Menteri secara tertulis sebelum keberangkatan. (5) Melapor kepada Perwakilan Republik Indonesia di Arab Saudi pada saat datang di Arab Saudi dan pada saat akan kembali ke Indonesia. (Pemerintah Indonesia, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta berdiri pada tanggal 17 Oktober 2012. PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta ini merupakan biro perjalanan ibadah umrah, haji khusus dan halal tour yang berbasis Karesidenan Surakarta. Sampai pada bulan Desember 2019, Hajar Aswad telah memberangkatkan lebih dari 9.000 jamaah umrah ke tanah suci, yang telah dipimpin oleh Ibu Retno Anugrah Andriyani. PT. Hajar Aswad telah berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada setiap jamaah yang selalu mendampingi dan memberikan bimbingan jamaah dari mulai pemberangkatan sampai kembali ke tanah air.

Awal mula berdirinya biro ini yaitu ketika ibu Retno Anugrah Andriyani selaku direktur utama PT. Hajar Aswad Mubaroq, menjalankan ibadah umrah bersama keluarganya dan mendapat pelayanan yang kurang maksimal dari salah satu biro yang digunakannya. Hal ini menjadi salah satu alasan untuk mendirikan biro yang memiliki pelayanan maksimal kepada jamaah.

Biro Hajar Aswad ini beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 278 E Rt. 01 Rw. 02, Kelurahan Manahan, Kecamatan Banjarsari, Jawa Tengah. PT. Hajar Aswad Mubaroq berdiri di atas tanah yang memiliki lahan tanah seluas 100 M2

dengan luas bangunan dua tingkat seluas 200 M2. PT. Hajar Aswad Mubaroq telah memiliki Nomor Izin Umrah PPIU: 945 pada tahun 2016 kini telah membuka beberapa cabang di Indonesia yakni Semarang, Riau, Jakarta, Tangerang Selatan, Yogyakarta dan berpusat di Kota Surakarta.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	46%
	Perempuan	29	54%
Usia	17-29 th	5	9%
	30-39 th	7	13%
	40-50 th	15	28%
	>50 th	27	50%
Tahun Umrah	2018	27	50%
	2019	27	50%

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa jenis kelamin mayoritas jamaah adalah perempuan, berdasarkan usia mayoritas jamaah berada pada usia >50 tahun. Jamaah tahun keberangkatan pada tahun 2018 dan 2019 seimbang atau sama-sama berjumlah 27 jamaah.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen atau menguji item pertanyaan pada kuesioner. Penentuan valid atau tidaknya sebuah pertanyaan dalam kuesioner dilihat dari  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Sugiyono, 2018). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2 Output Uji Validitas X (Faktor Pribadi)

Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
Item 1	0,2681	0,834	Valid
Item 2	0,2681	0,798	Valid
Item 3	0,2681	0,696	Valid
Item 4	0,2681	0,736	Valid



Item 5	0,2681	0,782	Valid
Item 6	0,2681	0,811	Valid
Item 7	0,2681	0,782	Valid
Item 8	0,2681	0,738	Valid
Item 9	0,2681	0,763	Valid
Item 10	0,2681	0,791	Valid
Item 11	0,2681	0,824	Valid
Item 12	0,2681	0,704	Valid
Item 13	0,2681	0,718	Valid
Item 14	0,2681	0,668	Valid

Sumber : Output SPSS, 2023

Tabel diatas merupakan hasil pengolahan data dari setiap item pertanyaan untuk variabel X (faktor pribadi) yang terdiri dari 14 item pertanyaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan item dapat dinyatakan valid karena seluruh hasil r hitung > r tabel.

Tabel 3 Output Uji Validitas Y (Keputusan Jamaah)

Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
15	0,2681	0,785	Valid
16	0,2681	0,775	Valid
17	0,2681	0,622	Valid
18	0,2681	0,787	Valid
19	0,2681	0,816	Valid
20	0,2681	0,328	Valid
21	0,2681	0,915	Valid
22	0,2681	0,892	Valid
23	0,2681	0,770	Valid
24	0,2681	0,651	Valid
25	0,2681	0,725	Valid
26	0,2681	0,779	Valid
27	0,2681	0,841	Valid

Tabel diatas merupakan hasil pengolahan data dari setiap item pertanyaan untuk variabel Y (keputusan jamaah) yang terdiri dari 13 item pertanyaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan item juga dapat dinyatakan valid karena seluruh hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat mengolah data dengan teknik Alpha Cronbach, data yang digunakan berasal dari hasil kuesioner dengan 54 orang responden jamaah Hajar Aswad. Adapun hasil pengujian dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari 0.60. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas pada setiap variabel.

Tabel 4 Output Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Faktor Pribadi	0,944	0,6	Reliabel
Keputusan Jamaah	0,932	0,6	Reliabel

Sumber : Output SPSS, 2023

Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* masing-masing lebih besar dari 0,6 yang dapat diartikan bahwa variabel faktor pribadi dan variabel keputusan jamaah dianggap reliabel. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* dalam variabel ini lebih besar dari 0,6.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat sejauh mana besarnya pengaruh variabel X (faktor pribadi) terhadap variabel Y (keputusan jamaah). Semakin kecil nilai *R Square* maka hubungan kedua variabel semakin lemah, sebaliknya jika nilai *R Square* semakin besar mendekati satu maka hubungan antar dua variabel semakin kuat (Muslimah et al., 2021). Hasil *R Square* dari uji koefisien determinasi dijelaskan dalam tabel berikut ini.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 <sup>a</sup>	.749	.744	4129.404
a. Predictors: (Constant), faktor pribadi				
b. Dependent Variable: keputusan jamaah				

Sumber : Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) memiliki nilai sebesar 0,749, hal ini menunjukkan bahwa pada jamaah Hajar Aswad terdapat pengaruh yang cukup besar dari variabel faktor pribadi terhadap variabel keputusan jamaah dalam memilih PPIU sebesar 74,9%, sedangkan pengaruh sebesar 25,1% merupakan pengaruh dari berbagai variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain (Nugroho, 2005). Analisis Regresi Linier Sederhana dalam peneitian ini untuk mengetahui apakah variabel faktor pribadi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan jamaah (Y). Hasil olah data mengenai uji regresi linier sederhana dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9416.278	2589.847		3.636	.001
	X	.770	.062	.865	12.444	.000
a. Dependent Variable: keputusan jamaah						

Sumber : Output SPSS,2023

Pada tabel di atas, dapat dihasilkan persamaan regresi linier sederhana dengan menggunakan rumus :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 9416,278 + 0.770X$$

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana pada tabel 4.7, dapat diinterpretasikan bahwa :

- (1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 9416,278 yang memiliki arti bahwa jika variabel faktor pribadi bernilai 0 atau konstan, maka keputusan jamaah dalam memilih PPIU meningkat sebesar 9416,278.
- (2) Koefisien regresi faktor pribadi sebesar 0,770 yang memiliki arti bahwa semakin tinggi faktor pribadi, maka keputusan jamaah Hajar aswad dalam memilih PPIU semakin tinggi.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu faktor pribadi terhadap variabel dependen yaitu keputusan jamaah.

### Uji Parsial (uji t)

Hasil dari uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9416.278	2589.847		3.636	.001
	X	.770	.062	.865	12.444	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS, 2023

Pengambilan keputusan :

- (1) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- (2) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti variabel independen (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini, hipotesisnya adalah :

$H_0$  = Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah

$H_1$  = Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan jamaah dalam

memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah

Pada variabel faktor pribadi dapat dilihat berdasarkan Tabel 7, memiliki Sig.  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $12,444 > t$  tabel  $2,0065$  yang mengakibatkan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan jamaah Hajar Aswad dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

## Pembahasan Hasil Analisis Data

Pada penelitian ini yang menjadi sampel yaitu sebanyak 54 orang, hal ini bertujuan untuk menguji 2 variabel utama, yaitu variabel faktor pribadi dan variabel keputusan jamaah. Variabel independent pada penelitian ini yaitu variabel faktor pribadi dengan indikator yang terdiri dari usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri, sedangkan variabel dependent yaitu variabel keputusan jamaah yang terdiri dari indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli serta perilaku pasca pembelian. Berdasarkan hasil analisis data diatas, menghasilkan nilai-nilai yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dari penelitian yaitu sebagai berikut :

### (1) Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Jamaah Dalam Memilih Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus Jamaah Hajar Aswad)

Penelitian ini dimulai dengan uji validitas yang digunakan untuk menguji item kuesioner. Pada variabel faktor pribadi terdapat 14 item pertanyaan, sedangkan variabel keputusan jamaah terdiri dari 13 item pertanyaan. Variabel faktor pribadi diuji untuk membuktikan hasil hipotesis mengenai pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan jamaah Hajar Aswad dalam memilih PPIU. Hasil penelitian pada variabel faktor pribadi atau variabel X menunjukkan dari 14 item pertanyaan kesemuanya terbukti valid. Variabel keputusan jamaah atau variabel Y yang terdiri dari 13 item pertanyaan juga terbukti valid.

Uji reliabilitas variabel faktor pribadi menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,944. Variabel keputusan jamaah menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,932. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi atau variabel X dan variabel keputusan jamaah atau variabel Y bersifat reliabel karena memiliki nilai  $>0,60$ .

Berdasarkan hasil dari uji regresi linier sederhana, jika variabel faktor pribadi bernilai 0 maka keputusan jamaah dalam memilih PPIU meningkat sebesar 9416,278. Koefisien regresi faktor pribadi sebesar 0,770 yang memiliki arti bahwa setiap terjadi penambahan nilai faktor pribadi sebesar 1%, maka nilai

keputusan jamaah Hajar aswad dalam memilih PPIU akan meningkat sebesar 0,770.

Hasil koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel X yaitu faktor pribadi terhadap variabel Y yaitu keputusan jamaah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) memiliki nilai sebesar 0,749, hal ini menunjukkan bahwa pada jamaah Hajar Aswad terdapat pengaruh yang cukup besar dari variabel faktor pribadi terhadap variabel keputusan jamaah dalam memilih PPIU sebesar 74,9%.

Hasil uji hipotesis (uji t) untuk mengetahui pengaruh antara variabel X yaitu faktor pribadi terhadap variabel Y yaitu keputusan jamaah. Variabel faktor pribadi memiliki nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $12,444 > t$  tabel  $2,0065$ , yang mengakibatkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel faktor pribadi atau variabel X terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU). Maka pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU) berpengaruh secara signifikan.

Penelitian ini sejalan juga dengan penelitian terdahulu Filza Izzati yang menyebutkan bahwa faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen (Izzati, 2017). Selain itu dalam penelitian lain dari Dedi Marwijon menyebutkan bahwa faktor pribadi dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa layanan umroh (Marwijon, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa faktor pribadi memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan pembelian, dalam hal ini keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah atau PPIU.

## **PENUTUP**

Pada penelitian ini, peneliti meneliti pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU) pada jamaah Hajar Aswad dengan total responden sejumlah 54 orang. Berdasarkan hasil analisis dan olah data serta pembahasan di bab sebelumnya, maka penulis dapat memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian pada penelitian ini. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Pengaruh faktor pribadi jamaah Hajar Aswad berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU). Hal ini dibuktikan pada hasil koefisien determinasi dari variabel

faktor pribadi bernilai sebesar 74,9% terhadap keputusan jamaah dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

Saran bagi PT Hajar Aswad Mubaroq disarankan agar lebih memperhatikan lagi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan jamaah dalam melakukan pembelian jasa ataupun dalam memilih PPIU, karena menurut penulis faktor pribadi yang terdiri dari usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri sangat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan jamaah. Keputusan jamaah dalam memilih PPIU juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain selain faktor pribadi seperti faktor sosial, faktor budaya dan lain-lain. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan faktor lain selain faktor pribadi dalam penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Mahasiswa Lembaga Keuangan Dan Perbankan. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang*, 2, 197.
- Izzati, F. (2017). *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Travel Haji Dan Umrah (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Indralayamulya Kabupaten Ogan ilir)*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Marwijon, D. (2017). *Pengaruh Faktor Pribadi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Umroh Pada Pt Grand Darussalam Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Muslimah, H., Yurisman, & Zulvianti, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Jamaah Dalam Memilih Al-Azhar Islamic Tour Sumatera Barat Sebagai Biro Perjalanan Haji Dan Umrah. *Jurnal Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang*, 4, 26.
- Noviasari, H., & Ikram, M. A. (2013). Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr Canon Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 9, 259.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS* (F. S. Suyantoro (Ed.); 1st ed.). CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Pemerintah Indonesia. (2019). *Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh*. 004251, 83.
- Perdani, A. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Yamaha Mio Di Trenggalek. *Jurnal Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Malang*, 4.
- Setiadi, N. (2019). *PERILAKU KONSUMEN : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawarmi (Ed.); 1st ed.).

Alfabeta.

Utami, I. (2017a). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. CV PUSTAKA BENGAWAN.

Utami, I. (2017b). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian* (Tim (Ed.); 1st ed.). CV PUSTAKA BENGAWAN.

Zahro, R. R., & Fanani, S. (2019). Analisis Theory Of Planned Behaviour Dan Pengetahuan Terhadap Niat Berinfahq Jamaah Majelis Taklim Kecamatan Sukomanunggal Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan Universitas Airlangga*, 6(6), 1211.