

ABSTRAK

Putri Octafiani, 0908879, Analisis Faktor-Faktor *Antecedents Word of Mouth* Terhadap Keputusan Untuk Mengikuti Wisata Religi Berupa Umrah, (Survei terhadap jemaah umrah KBIH Daarut Tauhiid Bandung) di bawah bimbingan HP Diyah Setiyorini, MM dan Ridwan Purnama, SH., M.Si.

Industri pariwisata merupakan sektor bisnis pelayanan jasa yang terus tumbuh berkembang setiap tahunnya. Perkembangan dunia pariwisata ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. Kunjungan wisatawan ini dipengaruhi oleh berbagai motivasi, salah satunya adalah tujuan spiritual atau religi yang kini disebut dengan wisata religi. Bentuk wisata religius inti umat Muslim yang besar di dunia adalah ibadah haji dan umrah. Permintaan ibadah umrah yang terus meningkat membuat satu peluang bisnis baru di Indonesia, yaitu biro perjalanan penyelenggara ibadah haji dan umrah. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Daarut Tauhiid merupakan salah satu lembaga penyedia layanan wisata umrah yang memiliki peningkatan jemaah atau pelanggan dalam satu tahun terakhir. Menurut staff manajemen, peningkatan tersebut terjadi disebabkan oleh *word of mouth* (WOM) positif dari alumni jemaah yang sebelumnya mengikuti program umrah dan merasa terpuaskan oleh pelayanan dan fasilitas yang diberikan. WOM adalah aktivitas konsumen dalam memberikan informasi mengenai suatu produk barang atau jasa kepada konsumen lain dan menerima informasi mengenai suatu produk atau jasa dari konsumen lain. Terdapat empat faktor-faktor *antecedents* menurut Sweeney et al. (2008:358) yaitu faktor personal, faktor interpersonal, karakteristik situasional, dan karakteristik pesan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran WOM, gambaran keputusan untuk mengikuti umrah, dan pengaruh faktor-faktor *antecedents of WOM* terhadap keputusan untuk mengikuti umrah. Objek dalam penelitian ini adalah alumni jemaah umrah KBIH Daarut Tauhiid Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *word of mouth* (X), sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah keputusan untuk mengikuti (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *explanatory survey* dan pendekatan *cross sectional*. Sampel yang diambil adalah 130 responden dengan teknik sampel *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis jalur dengan program SPSS 20 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan WOM memiliki pengaruh terhadap keputusan mengikuti, sedangkan secara parsial, faktor *aantecedens* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mengikuti adalah karakteristik pesan dan karakteristik situasional yaitu sebesar 45.59%. Adapun rekomendasi untuk KBIH Daarut Tauhiid Bandung adalah meningkatkan kualitas kinerja pelayanan, mengaktifkan kembali sarana informasi *website*, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan citra lembaga maupun perusahaan.

Putri Octafiani , 2015

ANALISIS FAKTOR- FAKTOR ANTECEDENTS WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENGIKUTI WISATA RELIGI BERUPA UMAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kata kunci : word of mouth, keputusan mengikuti, wisata religi, umrah.

ABSTRACT

Putri Octafiani, 0908879, Analysis of Antecedent Factors of Word of Mouth To Decision To Follow Umrah as Religious Tourism, (survey of Umrah pilgrims of KBIH Daarut Tauhiid Bandung) under the guidance of HP Diyah Setiyorini, MM and Ridwan Purnama, SH.,M. Si.

The tourism industry is a service business sector that continue to grow each year. The development of the tourism world characterized by the increasing number of tourists visit every year. Tourist visits is influenced by a variety of motives, one of them is a spiritual or religious purpose which is now called religious tourism. The core form of Muslims's religious tourism in the world are the Hajj and Umrah. The request of Umrah which continues to increase making the new business opportunities in Indonesia, the travel agency that organize Hajj and Umrah. Hajj Guidance Group (KBIH) Daarut Tauhiid is one of umrah travel agency service providers who have an increased congregation or customers in the past year. According to the management staff, the increase occurred due to positive word of mouth (WOM) from a previous alumni of pilgrims the Umrah program feel satisfied by the services and facilities provided. WOM is a consumer activity in providing information about a product or service to other consumers and to receive information about a product or service from other consumers. There are four factors antecedents by Sweeney et al. (2008:358), personal factors, interpersonal factors, situational characteristics, and message characteristics. This study aims to describe WOM, picture of the decision to follow the Umrah, and the influence of antecedent factors of WOM against the decision to follow the umrah. Objects in this study are alumni of Umrah pilgrims KBIH Daarut Tauhiid Bandung. Independent variable in this study is word of mouth (X), while the dependent variable of this study is the decision to follow (Y). The method used in this research is descriptive and verificative with explanatory survey and cross sectional approach. Samples taken were 130 respondents with a simple random sampling technique. The data analysis used path analysis using SPSS 20 for Windows. The results showed that simultaneously WOM has influence on the decision to follow, while partially, antecedent factors that have a significant influence on the decision to follow are the message characteristics and situational characteristics by 45.59%. The recommendation for KBIH Daarut Tauhiid Bandung is to improve the quality of service performance, reactivate the information facility such as, website, thus increasing the profitability and image of the institution or the company.

Keywords: word of mouth, decision to follow, religious tourism, Umrah.

Putri Octafiani , 2015

ANALISIS FAKTOR- FAKTOR ANTECEDENTS WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENGIKUTI WISATA RELIGI BERUPA UMRAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu