

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR i

UCAPAN TERIMA KASIH ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1 Konsep Pariwisata 13

2.1.2 Wisata Religi 14

2.1.2.1 Pariwisata Islami 15

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

2.1.2.2 Karakteristik Pariwisata Islami.....	18
2.1.3 Konsep <i>Word of Mouth</i>	19
2.1.3.1 <i>Word of Mouth</i> Bagian dari Komunikasi Pemasaran Jasa.....	19
2.1.2.2 Definisi <i>Word of Mouth</i>	22
2.1.2.3 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	23
2.1.3 Konsep Keputusan Mengikuti.....	25
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Mengikuti.....	28
2.1.5 Orisinalitas Penelitian.....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3 Hipotesis.....	35
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	39
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.2.4.1 Populasi.....	43
3.2.4.2 Sampel.....	43

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel	44
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	46
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	46
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	54
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	54
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan dan Pelanggan	60
4.1.1 Profil Perusahaan	60
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	60
4.1.1.2 Sejarah Singkat	61
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	62
4.1.2 Profil Karakteristik Jemaah Umrah KBIH Daarut Tauhiid Bandung	64
4.1.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	64
4.1.2.2 Karakteristik Berdasarkan Status dan Pekerjaan	65
4.1.2.3 Karakteristik Berdasarkan Asal dan Penghasilan	67
4.1.2.4 Sumber Informasi Jemaah Umrah KBIH Daarut Tauhiid Bandung	68

4.1.2.5	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Alasan Mengikuti Umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	70
4.1.2.6	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Lama Program Umrah yang Diikuti	71
4.1.2.7	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Jumlah Orang yang Ikut Bersama	72
4.1.2.8	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Orang yang Ikut Bersama	73
4.1.2.9	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Selama Umrah	74
4.1.2.10	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Lain Selama Umrah	75
4.1.2.11	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Program yang Diikuti.....	76
4.1.2.12	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Tingkat Pengalaman Spiritual yang Dirasakan	77
4.2	Gambaran <i>Word of Mouth</i> di KBIH Daarut Tauhiid Bandung	78
4.2.1	Tanggapan Jemaah Terhadap Faktor Personal (<i>Personal Factors</i>) di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	78
4.2.2	Tanggapan Jemaah Terhadap Faktor Interpersonal (<i>Interpersonal Factors</i>) di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	80

4.2.3	Tanggapan Jemaah Terhadap Karakteristik Pesan (<i>Message Characteristics</i>) di KBIH Daarut Tauhiid Bandung	82
4.2.4	Tanggapan Jemaah Terhadap Karakteristik Situasional (<i>Situational Characteristics</i>) di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	84
4.2.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Jemaah Ummrah Terhadap <i>Word of Mouth</i>	86
4.3	Gambaran Keputusan Mengikuti Umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung	89
4.4	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Mengikuti Umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	92
4.5	Implikasi Hasil Temuan	104
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	104
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
1.1	Strategi Pengembangan Paket Wisata Umrah KBIH Daarut Tauhiid Bandung 7
1.2	Pengalaman Jemaah Menurut Sumber Informasi 9
2.1	Definisi Pariwisata Islami 16
2.2	Orisinalitas Penelitian 29
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian 39
3.2	Jenis Data dan Sumber Data 42
3.3	Teknik Pengumpulan Data 45
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel (X) <i>Word of Mouth</i> 48
3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel (Y) Keputusan Mengikuti 50
3.6	Hasil Pengujian Ulang Validitas Variabel (Y) Keputusan Mengikuti 52
3.7	Kriteria Standar Reliabilitas Instrumen Penelitian 53
3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian 54
4.1	Jadwal Umrah MQ Travel KBIH Daarut Tauhiid 1434 H/ 2013 M 63
4.2	Karakteristik Jemaah KBIH DT Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia . 64
4.3	Karakteristik Jemaah Umrah Berdasarkan Status dan Pekerjaan 66
4.4	Karakteristik Jemaah Umrah KBIH DT Bandung Berdasarkan Asal dan Penghasilan 67
4.5	Data Pengalaman Jemaah Umrah Berdasarkan Sumber Informasi 68

4.6	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Alasan Mengikuti Umrah di KBIH DT Bandung.....	70
4.7	Data Pengalaman Jemaah Umrah Berdasarkan Lama Program Umrah yang Diikuti.....	71
4.8	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Jumlah Orang yang Ikut Bersama	72
4.9	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Orang yang Ikut Bersama	73
4.10	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Selama Umrah.....	74
4.11	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Lain	75
4.12	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Program yang Diikuti	76
4.13	Data Pengalaman Jemaah Berdasarkan Tingkat Pegalaman Spiritual yang Dirasakan	77
4.14	Tanggapan Jemaah Terhadap <i>Word of Mouth</i> Berdasarkan Faktor Personal.....	79
4.15	Tanggapan Jemaah Terhadap <i>Word of Mouth</i> Berdasarkan Faktor Interpersonal	81
4.16	Tanggapan Jemaah Terhadap <i>Word of Mouth</i> Berdasarkan Karakteristik Pesan..	82
4.17	Tanggapan Jemaah Terhadap <i>Word of Mouth</i> Berdasarkan Karakteristik Situasional.....	84
4.18	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Jemaah Umrah Terhadap <i>Word of Mouth</i> Umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung.....	86
4.19	Tanggapan Jemaah Terhadap Keputusan Mengikuti Umrah di KBIH DT Bandung	89
4.20	Uji Kelayakan Variabel	93
4.21	Matriks <i>Anti-Image</i>	93

4.22	<i>Component Matrix</i>	94
4.23	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Word of Mouth</i> dengan Keputusan Mengikuti Umrah di KBIH Daarut Tauhiid Bandung	95
4.24	Korelasi dan Pengaruh Simultan	97
4.25	Uji Keseluruhan (Uji F)	98
4.26	Pengujian Koefisien Jalur	99
4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung WOM Terhadap Keputusan Mengikuti Umrah	101

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Hal
1.1	Wisata Berdasarkan Tujuan Berkunjung Tahun 2011 2
1.2	Pengeluaran Pariwisata Global 2011 3
1.3	Pengeluaran Wisatawan Muslim Global (Dalam Jutaan) 3
1.4	Jumlah Jemaah yang Melakukan Ibadah Umrah Dari Tahun 2008 Hingga Tahun 2012 6
1.5	Jumlah Jemaah Indonesia yang Melakukan Ibadah Umrah Dari Tahun 2009- 2012 6
1.6	Jumlah Jemaah Umrah KBIH Yayasan Daarut Tauhiid Bandung Tahun 2010- 2013 8
2.1	Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa 22
2.2	Kerangka Pemikiran <i>Antecedents Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Mengikuti..... 34
2.3	Paradigma Penelitian <i>Antecedents Word of Mouth</i> Keputusan Mengikuti..... 35
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y..... 55
3.2	Jalur Sub Struktur Hipotesis I..... 56
4.1	Logo Daarut Tauhiid..... 60
4.2	Karakteristik Jemaah Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia..... 65
4.3	Karakteristik Jemaah Umrah Kbih Dt Bandung Berdasarkan Status dan Pekerjaan..... 67
4.4	Karakteristik Jemaah Kbih Dt Bandung Berdasarkan Asal dan Penghasilan..... 68

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

4.5	Pengalaman Jemaah Umrah Berdasarkan Sumber Informasi.....	69
4.6	Pengalaman Jemaah Umrah Berdasarkan Alasan Megikuti Program Umrah di KBIH DT Bandung.....	71
4.7	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Jumlah Orang yang Ikut Bersama	72
4.8	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Orang yang Ikut Bersama.....	74
4.9	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Selama Umrah	75
4.10	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Pengeluaran Lain Selama Umrah.....	76
4.11	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Program Umrah yang Diikuti.....	77
4.12	Pengalaman Jemaah Berdasarkan Tingkat Pegalaman Spiritual yang Dirasakan .	78
4.13	Variabel <i>Word of Mouth</i> Pada Garis Kontimum	88
4.14	Variabel Keputusan Mengikuti Pada Garis Kontimum	92
4.15	Diagram <i>Scree Plot</i>	94
4.16	Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis	100
4.17	Diagram Jalur Pengujian Sub Hipotesis Setelah Proses <i>Trimming</i>	100