

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGATAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	7
F. Hipotesis	10
G. Langkah - langkah Penelitian	11
1) Lokasi Penelitian	11
2) Paradigma dan Pendekatan	11
3) Metode Penelitian	12
4) Jenis Data dan Sumber Data	13
5) Populasi dan Sampel	14
6) Teknik Pengumpulan Data	15
7) Validitas dan Reliabilitas	16
8) Teknik Analisis Data	17
9) Uji Asumsi Klasik	19
10) Analisis Regresi Linier Sederhana	21
11) Analisis Koefisien Korelasi	22
12) Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	23
13) Uji T-Test (Parsial)	24
BAB II	26
KAJIAN PUSTAKA	26
A. PERJALANAN UMRAH	26
1. Pengertian Umrah	26
2. Hukum Melaksanakan Umrah	28
B. VIRTUAL OFFICE	32
1. Pengertian Virtual Office	32
2. Tujuan Virtual Office	35
3. Manfaat Virtual Office	37
4. Indikator/ Dimensi <i>Virtual Office</i>	39
C. KEPUTUSAN KONSUMEN	42

1. Keputusan Pembelian Konsumen	42
2. Proses Keputusan Pembelian	43
3. Indikator / Dimensi Keputusan Konsumen	48
BAB III	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	51
1. Sejarah Khalifah Tour	51
2. Visi, Misi Khalifah Tour	52
3. Struktur Organisasi	53
B. HASIL PENELITIAN	54
1. Uji Deskriptif Responden Penelitian	54
2. Uji Validitas	56
3. Uji Reliabilitas	58
4. Uji Asumsi Klasik	60
5. Analisis Regresi Linier Sederhana	63
6. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	65
7. Koefisien Korelasi	66
8. Uji T-Test (Parsial)	67
C. PEMBAHASAN	68
BAB IV	71
PENUTUP	71
A. KESIMPULAN	71
B. SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN	80

