

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Penyelenggaraan haji memang merupakan serangkaian kegiatan yang sangat kompleks, tidak hanya berkaitan dengan karakteristik jemaah yang beragam, tetapi juga berkaitan dengan hubungan bilateral Indonesia - Arab Saudi, persiapan pemberangkatan, transportasi pesawat terbang, transportasi darat di Indonesia dan Arab Saudi, akomodasi, penunjuk tugas, pelayanan kesehatan dan administrasi lainnya.

Ibadah Haji dan Umrah adalah ibadah fisik yang memerlukan kesehatan ataupun ketahanan stamina yang kuat serta kesehatan mentalitas. Kekuatan tersebut diperlukan dalam seluruh profesi ibadah haji sejak dari tanah air menuju Arab Saudi, adapun ketika di Arab Saudi maupun ketika kembali ke tanah air. Dalam pelaksanaan ibadah haji yang dilakukan oleh umat Islam dari seluruh dunia setiap tahunnya mengandung makna dan nilai-nilai moral yang tinggi yang diperlukan dalam rangka membangun sumber daya manusia yang ideal dan unggul.

Umrah merupakan salah satu ibadah dalam agama Islam yang memiliki dimensi spiritual dan sosial yang sangat tinggi. Meskipun tidak wajib, umrah tetap menjadi dambaan umat Islam di seluruh dunia sebagai bentuk pendekatan diri kepada Tuhan. Peningkatan jumlah jemaah umrah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan akses informasi, peningkatan tarif ekonomi dan berkembangnya teknologi digital.

Seiring dengan perkembangan teknologi, transformasi dalam sektor pariwisata religi semakin nyata. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah hadirnya *Virtual Office* travel, yaitu biro perjalanan yang menjalankan operasional secara digital tanpa kehadiran kantor fisik secara permanen. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia kerja. Salah satu inovasi yang semakin banyak diterapkan oleh perusahaan adalah *Virtual Office*. *Virtual Office* memungkinkan organisasi untuk mengelola operasionalnya tanpa memerlukan ruang kantor fisik secara penuh.

*Virtual Office* menawarkan kemudahan akses informal, efisiensi waktu, fleksibilitas layanan, serta biaya operasional yang lebih ringan dibandingkan travel konvensional. Model ini meningkatkan calon jemaah untuk mengakses layanan umrah melalui platform daring, seperti website, media sosial, sehingga aplikasi mobile.

Dengan meningkatnya adopsi *Virtual Office*, muncul berbagai tantangan, seperti efektivitas komunikasi, produktivitas kerja, dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman berbasis data mengetahui efektivitas *virtual office* dalam mendukung tujuan organisasi, serta memberikan rekomendasi berbasis bukti untuk implementasi yang lebih baik.

Agar pelaksanaan ibadah haji dan umrah berjalan dengan baik dan lebih khusyuk maka semua kendala atau masalah - masalah teknis diserahkan kepada pihak yang lebih berwenang yang mana dalam hal ini diserahkan kepada

kementerian agama dan lembaga - lembaga yang terkait seperti biro - biro perjalanan haji dan umrah. Penyelenggaraan yang baik sehingga terciptanya pelaksanaan ibadah haji yang tertib, aman, lancar dan nyaman, sehingga bisa menjadi haji yang mabrur.

Dalam Melaksanakan ibadah umrah tentu membutuhkan biro perjalanan untuk membantu mempersiapkan berbagai keperluan jamaah sebelum dan sesudah melaksanakan ibadah umrah. Biro perjalanan merupakan perusahaan yang bergerak didalam bidang jasa transportasi darat maupun udara yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utamanya yaitu berwisata maupun melakukan ibadah umrah (Buddy dan Tabroni,2019: 110).

Pada masa sekarang sudah tidak bisa dipungkiri tentang pesatnya kemajuan Teknologi dan Informasi. Perkembangan internet sudah membawa dampak pada kehidupan sehari - hari, internet juga dapat digunakan untuk mengakses dalam media sosial. Teknologi berperan besar sebagai media informasi dan komunikasi setiap masyarakat khususnya generasi milenial, untuk memperoleh informasi mengenai daya tarik para calon Jemaah untuk berangkat ke Tanah Suci. Berdasarkan pada Generasi Milenial ini terhadap penggunaan Teknologi terbilang cukup Signifikan.

*Virtual Office* Sebuah kantor virtual adalah kombinasi dari *of-situs* alamat tinggal komunikasi dan layanan yang memungkinkan pengguna untuk mengurangi biaya kantor tradisional dengan tetap menjaga *profesionalisme* bisnis. Istilah ini sering disamakan dengan “kantor pusat bisnis” atau “*eksekutif*

*suite*” yang menuntut konvensional sedangkan sewa kantor virtual yang sejati tidak mengharuskan pengeluaran. *Virtual Office* merupakan efek dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Suatu perusahaan yang umumnya memiliki sebuah bangunan kantor untuk tempat beraktifitas kini dapat menyewa suatu “alamat kantor” yang dapat digunakan sebagai alamat perusahaan dan melakukan aktifitas pekerjaan dimana saja dan kapan saja. Penggunaan *Virtual Office* memiliki beberapa keuntungan, diantaranya: meminimalisir biaya pengadaan fasilitas dan peralatan, adanya jaringan komunikasi yang formal, berkurangnya kemungkinan kantor berhenti beroperasi karena hal yang tidak diinginkan, serta dapat berkontribusinya kantor terhadap lingkungan sosial. Di sisi lain.

Penggunaan Media sosial bukan lagi hal yang baru bagi kalangan masyarakat, dengan tidak menutup kemungkinan media sosial tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat, lembaga di luar sana sudah banyak yang memanfaatkan, salah satunya Travel Khalifah Tour yang memanfaatkan media sosial untuk *Virtual Office* yang mana diharapkan media sosial tersebut mampu memberikan dampak positif terhadap jamaah. Misalnya seperti informasi seputar haji di tahun kemarin. Dengan adanya potensi *Virtual Office* sebagai Media Informasi perjalanan Haji dan Umrah tentunya berdampak pada keputusan para calon Jemaah. Dimana para calon Jemaah menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi.

Menurut Hamzah (2013) kekuatan teknologi dapat memberikan dorongan bagi para konsumen dan menjadi faktor pendorong bagi mereka untuk

melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang ditawarkan oleh produser melalui media sosial. Dunia bisnis yang semakin maju dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat peran media sosial semakin diakui dalam menunjukkan kinerja suatu bisnis travel haji dan umrah. Melalui media sosial, seseorang dapat selalu terhubung dengan semua orang yang bergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Banyaknya pilihan media sosial dengan berbagai informasi yang diberikan, membuat masyarakat harus memilah dan memilih media yang sekiranya dapat menjadi rujukan yang tepat untuk mendapatkan informasi, dalam hal ini terkait travel haji umrah agar dapat menemukan informasi yang valid karena dapat memberikan dampak kepada masyarakat sebagai khalayak media. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti media sosial yang dilakukan oleh Khalifah Tour bentuk persepsi terhadap keputusan jemaah.

Mengingat banyaknya travel haji dan umrah yang bermunculan di Indonesia, pengaruh media sosial merupakan hal yang penting. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Virtual Office* Travel Dalam Membentuk Keputusan Umat Islam Untuk Melakukan Perjalanan Haji Dan Umrah Tahun 2024 (Studi Deskriptif PPIU PT.Citra Ceria Khalifah)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan Masalah pada Judul ini dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang sebelumnya, dengan maksud untuk memudahkan penelitian agar jelas

arah dan tujuan pembahasannya. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Virtual Office* Travel Dalam Membentuk Keputusan Umat Islam Untuk Melakukan Perjalanan Umrah Tahun 2024?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian penulis mengenai rumusan masalah, maka tujuan penelitian terhadap masalah ini dengan sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Virtual Office* Travel Dalam Membentuk Keputusan Umat Islam untuk melakukan perjalanan umrah Tahun 2024.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara akademis

Berikut ini beberapa manfaat melakukan penelitian secara akademis, yaitu: Hasil penelitian akademik ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan bidang manajemen, khususnya dalam bidang studi manajemen sumber daya manusia yang berkaitan dengan sistem pengelolaan Asrama Haji dan menjadi literatur bagi konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2. Secara praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai referensi, pengembangan wawasan ilmu pengetahuan, pedoman dan acuan dalam pengelola Travel Khalifah Tour khususnya untuk jurusan manajemen haji

dan umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang kelak alumninya akan turun ke lapangan untuk ikut menyaksikan pelaksanaan haji.

### E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini diawali dengan menuliskan latar belakang kemudian merumuskan beberapa masalah yang akan diajukan tujuan penelitian. Setelah itu mencari dan mengumpulkan informasi berupa teori dan fakta - fakta yang terkait dengan variabel dan judul penelitian agar landasan teori semakin kuat. Tujuan dari kerangka ini adalah untuk memberikan kerangka metodologis untuk memikirkan dan menggambarkan masalah - masalah ilmiah. Sebagai gambaran untuk memahami apa yang diteliti, maka digabungkan model sistem penalaran sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

| Variabel              | Definisi Variabel  | Indikator                          | Ukuran   |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Virtual Office<br>(X) | Kantor virtual atau virtual office adalah sebuah “ruang kerja” yang berlokasi di dunia | 1. <i>Virtual Knowledge Worker</i> | 1. Karyawan Menguasai Berbagai Aplikasi Teknologi Informasi<br>2. Mempunyai berbagai keterampilan (Multiskill) |

|  |   |   |
|--|---|---|
| internet, di mana seorang individu dapat menyelesaikan tugas- tugas yang diperlukan untuk melaksanakan bisnis profesional. |   | 3. Terdidik dan memiliki pengetahuan yang tinggi<br>4. Memiliki adaptasi, kreatifitas, dan inovasi yang tinggi.                             |
|  | 2. <i>Virtual Teamwork</i>                        | 1. Tim yang efektif<br>2. Saling membangun gagasan bersama<br>3. Mampu bertindak sesuai dengan tujuan bersama melalui <i>Virtual Office</i> |
|  | 3. <i>Integrated Complex Network Intelligence</i> | 1. kemampuan dalam berintegritas dalam hubungan yang kompleks<br>2. Memiliki kemampuan berpikir sistematis tinggi.                          |
|  | 4. <i>Complex Matrix Structure</i>                | 1. Hubungan antar unit dalam Struktur organisasi<br>2. Terintegrasi dalam suatu sistem informasi<br>3. Sangat terbuka<br>4. Realtime        |
|  | 5. <i>Faster Learning Organization</i>            | 1. Memiliki aplikasi teknologi informasi canggih yang terus menerus diperbaharui.   |

|                        |   |                       |  |
|------------------------|---|-----------------------|--|
|                        |   |                       | 2. Kemampuan yang tinggi untuk belajar beradaptasi dan proaktif.                                       |
| Keputusan Konsumen (Y) | Menurut Kloter dan Armstrong (2016) Keputusan pembelian perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. | 1. Pembelian Produk   | 1. Tingkat Kebutuhan akan produk<br>2. Tingkat keberagaman desain produk<br>3. Tingkat Kualitas Produk |
|                        |   | 2. Pembelian Merek    | 1. Tingkat kepercayaan<br>2. Tingkat popularitas   |
|                        |   | 3. Pembelian Penyalur | 1. Tingkat kemudahan mendapatkan produk<br>2. Tingkat ketersediaan                                     |
|                        |   | 4. Waktu Pembelian    | 1. Tingkat waktu pemberian produk  |
|                        |   | 5. Jumlah Pembelian   | 1. Tingkat kebutuhan akan produk   |

Table 1.1 Tabel Operasional

*Virtual Office* Sebuah Solusi modern yang menggabungkan layanan kantor tradisional dengan fleksibilitas teknologi digital. *Virtual Office* banyak digunakan di berbagai sektor.

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel bebas adalah variabel yang

mempengaruhi, yang menjadi penyebab timbulnya atau perubahannya variabel terikat (*dependen*), Dalam persamaan struktural, variabel bebas disebut sebagai variabel eksogen.

## **2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)**

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat adalah Variabel yang dipengaruhi yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

### **F. Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2019, halaman 199) Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap suatu rumusan masalah dalam penelitian dan kebenaran harus diuji secara empiris. Hipotesis adalah asumsi yang dirumuskan dengan suatu pernyataan yang kebenarannya diterima saat ini. Asumsi ini berpotensi menjelaskan realitas yang diamati penelitian dan dapat menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya. Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi terhadap keputusan konsumen

H<sub>1</sub> : Terhadap pengaruh yang signifikan antara Persepsi terhadap keputusan konsumen

## **G. Langkah - langkah Penelitian**

### **1) Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan Travel Khalifah Tour yang bertepatan di Jl. Brigjen Katamso No. 11, Bandung 40122. Alasan saya mengambil objek penelitian di Travel Khalifah Tour karena Travel ini memiliki *Virtual Office* untuk memudahkan Jemaah.

### **2) Paradigma dan Pendekatan**

Menurut para ahli paradigma adalah suatu dasar dari sebuah kepercayaan yang dapat menuntut seorang peneliti menemukan sebuah fakta-fakta melalui penelitian yang dilakukannya. Paradigma penelitian memiliki beberapa jenis, menurut Lincoln dan Guba (dalam Dezin, 2005) menyatakan bahwa paradigma penelitian ada tiga jenis yaitu, *post positivisme*, konstruktivisme dan *critical theory*. Paradigma post-positivisme berpendapat bahwa peneliti tidak bisa mendapatkan fakta dari suatu kenyataan apabila terhadap jarak yang tidak terlalu dekat antara peneliti dengan kenyataan tersebut, hubungan peneliti dengan kenyataan harus bersifat interaktif. Oleh karena itu, perlu menggunakan prinsip triangulasi/penggunaan bermacam-macam pengumpulan data. Paradigma ini juga biasa nya juga disebut paradigma interpretif atau alamiah.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020: 16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan

untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif memiliki tiga ciri di lapangan yaitu penelitian dari awal sampai akhir bersifat tetap, sehingga akan mengalami kesamaan judul laporan penelitian. Mengembangkan masalah yang sudah ditemukan sebelumnya. Dan masalah akan berbeda pada saat berada di lapangan karena telah terkonfirmasi dengan realita yang ditemukan (Nurwulandari dan Darwin, 2020).

### **3) Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi dimasa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Pengambilan sampel dari suatu populasi dan memanfaatkan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data dikenal dengan metode survei. Alasan mengapa penulis menggunakan metode survey adalah yang pertama dan

terutama untuk puncak informasi. Metode surveinya bersifat kuantitatif, namun karena statistik deskriptif hanya bersifat pelengkap data atau informasi, maka survei yang dilakukan biasanya lebih sederhana. Dengan adanya data atau informasi tambahan dari hasil survey, maka data yang diperoleh menjadi lebih kaya dan lengkap. Alasan kedua adalah perlunya penelitian lebih lanjut sehingga uraian hasil akhir penelitian secara komprehensif memberikan kesimpulan yang meyakinkan. Peneliti tidak puas dengan hasil penelitiannya setelah pengumpulan dan pengolahan data, sehingga memerlukan penelitian tambahan untuk memperluas cakupannya.

#### **4) Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a) Jenis Data**

Data Kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuncoro menegaskan (2013, hlm 145). Informasi kuantitatif adalah informasi yang diperkirakan dalam skala matematis (angka), yang dapat dipisahkan menjadi data interval dan data rasio.

##### **b) Sumber Data**

###### **1. Data Primer**

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh penelitian.

###### **2. Data Sekunder**

Menurut Husein Umar (2013:42) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel- tabel atau diagram - diagram.

### **5) Populasi dan Sampel**

Populasi menurut Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi sebagian wilayah secara umum yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya. Dengan demikian, populasi penelitian adalah keseluruhan objek eksplorasi sebagai individu, efek samping, peristiwa, sehingga artikel - artikel tersebut dapat menjadi sumber informasi eksplorasi. Berdasarkan penjelasan diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah Jemaah yang memilih Khalifah Tour.

Dalam penelitian ini populasi adalah Jemaah yang memilih Khalifah Tour pada tahun 2024. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang akan dijadikan subjek penelitian ini untuk menentukan temuannya. Sehubungan dengan eksplorasi ini, penulis melihat dari 100 objek dan lebih tepatnya 200 Jemaah, penulis mengambil 10% sampel dari populasi saat ini dengan

menggunakan persamaan slovin yang dikemukakan oleh Husain Umar (2013:78).

$$\text{Rumusan Slovin : } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase batas toleransi (10%)

Dik :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{200}{1+200(0.1)^2}$$

$$n = \frac{200}{1+200(0.01)}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

n = 66,6666667 dibulatkan mejadi 66



Maka, pada jumlah populasi yang akan menjadi sampel penelitian (n) terdapat sebanyak 66 jemaah yang memilih Khalifah Tour pada tahun 2024. Namun dibulatkan menjadi 65 jemaah.

## 6) Teknik Pengumpulan Data

### a. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos

atau internet. Jenis angket ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung. (Sugiyono,2008:142).

Kuesioner ini ditunjukkan kepada Jemaah yang memilih Khalifah Tour untuk mengetahui persepsi responden terhadap *Virtual Office* Travel tersebut.

## 7) Validitas dan Reliabilitas

### a. Validitas

Untuk melakukan suatu penelitian dibutuhkan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu apabila instrumen tersebut valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan dan itu valid. Validitas (*validity*,kesahian) berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur yang akan diukur tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan pengujian validitas konstruk (*construct validity*). Pengujian validitas konstruk yaitu dengan mempertanyakan apakah butir- butir pertanyaan dan instrumen itu telah sesuai dengan konsep keilmuan yang bersangkutan (Nurgianto, 2012:339).

### b. Realibilitas

Uji Realibitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Ghozali (2018:45). Uji realibitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konstisten jika digunakan dapat diandalkan dan tetap konstisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali- kali.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu hasilnya relatif sama. Jadi uji reliabilitas adalah suatu uji atau tes untuk mengetahui ketepatan tes tersebut. Artinya kapanpun tes tersebut digunakan memberikan hasil yang sama atau relatif sama. Metode yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode *Cronbach's Alpha*.

## 8) Teknik Analisis Data

### a) Analisis Deskriptif

Menurut Adiputra (2021) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, yaitu fenomena alam atau mendeskripsikan hasil subjek, tetapi tidak dimaksudkan untuk memberikan implikasi yang lebih luas. Penelitian deskriptif muncul karena begitu banyak pertanyaan yang muncul mengenai masalah kesehatan seperti mortalitas, morbiditas, terutama mengenai besarnya

masalah, luasnya masalah, dan perntingya masalah tersebut.

Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini dapat diukur memakai angket kuesioner. Angket mengenai presepsi Jema'ah Haji dan Umrah berupa pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Penelitian ini diukur mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono,2017). Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, setiap respons dikaitkan dengan pernyataan positif dan negatif. Ketentuannya sebagai berikut.

Table 1.2 Skor jawaban Kuesioner berdasarkan skala likert .

| <b>NO</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Simbol</b> | <b>Nilai</b> |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|
| 1.        | Sangat Setuju       | SS            | 5            |
| 2.        | Setuju              | S             | 4            |
| 3.        | Netral              | N             | 3            |
| 4.        | Tidak Setuju        | TS            | 2            |
| 5.        | Sangat Tidak Setuju | STS           | 1            |

*Sumber : Sugiyono 2017*

Membentuk persepsi pada Virtual Office yang tersedia di Khalifah Tour merupakan variabel independen dalam penelitian ini yang dilambangkan dengan simbol  $x$ . Keputusan Konsumen dalam memilih Travel merupakan variabel independen yang dilambangkan dengan simbol  $y$ .

Analisis penelitian pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi terhadap Keputusan umat Islam untuk melakukan perjalanan Haji dan Umrah di Khalifah Tour merupakan hasil akhir dari penelitian ini.

## 9) Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji One Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo. Menurut Ghozali (2021: 201), hipotesis uji normalisasi One Kolmogorov - Smirnov, sebagai berikut :

$H_0$  : Data residual berdistribusi secara normal

$H_1$  : Data residual berdistribusi secara tidak normal

Dasar Pengambilan keputusan atas uji normalisasi sebagai berikut :

1. Jika Sig. (2-tailed)  $< 0,05$ , maka tolak  $H_0$ , artinya residual

berdistribusi secara tidak normal.

2. Jika Sig (2-tailed) > 0,05, maka tolak  $H_0$ , artinya variabel residual berdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2021 :178) Uji Heteroskedastitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidak samaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau mengalami homoskedastitas.

Pengujian heteroskedastitas dalam penelitian ini digunakan Uji Spearman. Dasar pengambilan keputusan atas uji heteroskedastitas sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka terjadi heteroskedastitas.
2. Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastitas.

#### **c. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2021 : 162) uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) dalam suatu model regresi linear. Model regresi linear

yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi.

Pengujian autokorelasi dalam penelitian menggunakan uji Durbin Watson. Menurut Ghazali (2021 : 162), hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : tidak ada autokorelasi

H<sub>1</sub> : ada autokorelasi

Table 1. 3. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi dengan Durbin Watson:

| Hipotesis Nol                                | Keputusan               | Jika                          |
|--|-------------------------|-------------------------------|
| Tidak ada autokorelasi positif               | Tolak                   | $0 < d < d_l$                 |
| Tidak ada autokorelasi positif               | Tidak dapat disimpulkan | $d_l \leq d \leq d_u$         |
| Tidak ada autokorelasi negatif               | Tolak                   | $4 - d_l < d < 4$             |
| Tidak ada autokorelasi negatif               | Tidak dapat disimpulkan | $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$ |
| Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif | Diterima                | $d_u < d < 4 - d_u$           |

### 10) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiono (2017:260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengawasan (X<sub>1</sub>) kemampuan kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja pegawai (Y).

$$Y^1 = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila  $X = 0$ )

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

### 11) Analisis Koefisien Korelasi

Analisis Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2018)

Koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas  $-1$  hingga  $+1$  ( $-1 < r \leq +1$ ) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika  $r = +1$  atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika  $r = -1$  atau mendekati  $-1$

maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

- c. Jika  $r = 0$  atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Table 1.4. Nilai Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Koefisien Korelasi |
|--------------------|--------------------|
| 0,00-0,199         | Sangat Rendah      |
| 0,20-0,399         | Rendah             |
| 0,40- 0,599        | Sedang             |
| 0,60-0,799         | Tinggi             |
| 0,80-1,000         | Sangat Tinggi      |

Sumber: Sugiyono, 2018

## 12) Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Namun, jika nilai  $R^2$  semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2016).

### **13) Uji T-Test (Parsial)**

Peneliti melakukan pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji statistik t-test (Parsial). Menurut Baroroh (2014:3) menyatakan uji t ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh dan seberapa kuat masing-masing variabel independen mengetahui variabel-variabel dependennya.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jadi, jika tingkat signifikansi nilai t lebih dari 5% ( $>0,05$ ) maka hipotesis tersebut ditolak dan variabel independen dianggap secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Namun jika nilai t yang didapat kurang dari 5% ( $<0,05$ ), maka hipotesis tersebut diterima. Karena hal ini dianggap bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada hipotesis tersebut.