BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang berdasarkan kepada firman Allah swt. yang termaktub di dalam Al-qur'an dan sunnah Rasulullah saw. Umat Islam memandang bahwa Al-qur'an dan Sunnah tidak saja mengatur berbagai permasalahan agama, tetapi juga menjadi pandangan hidup mereka. Oleh karena itu, setiap muslim berkewajiban untuk bertingkah laku dalam seluruh aspek kehidupannya sesuai dengan ketentuan Al-qur'an dan Sunnah, sehingga segala perilakunya tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.[1]

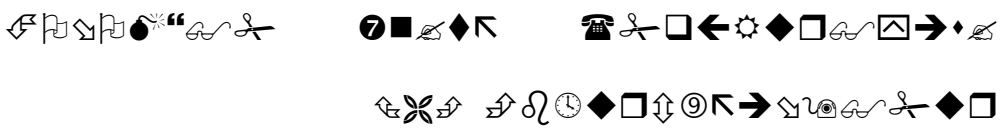
Manusia sebagai makhluk individu yang tidak dapat hidup sendiri dan tidak lepas dari adanya saling ketertarikan dan membutuhkan satu sama lainnya, karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak mungkin dapat bertahan seorang diri. Untuk itu manusia sebagai makhluk hidup yang saling berhubungan dengan lingkungan masyarakat dan bekerja sama dengan orang lain dalam rangka pemenuhan yang beranekaragam.[2] Allah swt. berfirman QS. *Al-Ma>'idah* ayat 2, sebagai berikut:

❼■✍♦↖ ☎✂❑🡐☼◆❒✍🖂➔⬧✍◆❒...

⬧⬧◆❒ ☎ 📄❽◆❑⬊☾✸☝➿✍✂◆❒ ➿♒❸☞➿⬊➿✍✂

[1] A. Rahman I Doi, *Syari'ah III Muamalah*, terjamah Zainiddin dan Rusdi Sulaiman (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1966), h. 5.

[2] Suhrawardi.K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafindo, 2000), h. 3.



Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.[3]

Allah swt. menentukan bahwa manusia tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, melainkan melalui bantuan orang lain. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan atau aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi adalah aktivitas yang melibatkan berbagai aspek kehidupan manusia.[4]

Dalam melakukan kegiatan ekonomi atau bisnis, manusia hanya dapat berusaha, Allah juga yang menentukan segalanya. Jika prinsip tersebut diyakini maka perilaku manusia dalam berbisnis akan selalu dilandasi dengan etika yang baik untuk membantu sesama, bukan memperkaya diri sendiri dengan segala cara.[5]

Dalam berbisnis selain bertujuan untuk membantu sesama juga yang tidak kalah pentingnya dalam berbisnis itu adalah mencari keuntungan. Sebuah perusahaan itu pasti bertujuan untuk mencari keuntungan, supaya bisnisnya semakin berkembang. Dalam dunia bisnis persaingan menjadi salah satu tugas bagi perusahaan, bagaimana perusahaan tesebut dapat bertahan dan lebih unggul dalam menghadapi persaingan antar perusahaan tersebut.

---

[3] Kementerian Agama RI, *Al Fattah, Al-Qur'an 2 muka Terjemaah Tematik,* (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2011), Cet ke-10, h. 5.

[4] Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 2.

[5] Ilfi Nur Dian, *Hadis –Hadis Ekonomi,* (Malang UIN-Maliki Press, 2012), h. 6.

Salah satunya adalah perusahaan biro perjalanan yang merupakan kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan salah satu tujuan utama berwisata.[6] Melalui biro perjalanan kita tidak perlu berlama-lama dan bersusah payah untuk mempersiapkan diri untuk memulai sebuah perjalanan, cukup menghubungi perusahaan jasa perjalanan, maka kita akan mendapatkan berbagai kemudahan.

Selain itu untuk biro perjalanan haji khusus dan umroh yang menyediakan pelayanan bagi seorang atau sekolompok orang yang tujuan utamanya bukan semata-mata untuk berwisata, tetapi perjalanan haji dan umroh adalah suatu momentum spiritual, moral dan fisik yang sangat penting. Ini merupakan kesempatan manusia untuk melakukan pemurnian hati dan untuk mempererat hubungan manusia dengan Allah swt..[7] dan juga melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu. Setiap tahun sebanyak 250.000 jamaah haji Indonesia mendapatkan kesempatan beribadah ke Tanah suci, tentunya bagi pebisnis ini merupakan salah satu peluang tahunan, belum lagi ibadah umroh yang dapat dilaksanakan di luar musim haji. Ini pun diserbu peminat mulai dari anak-anak hingga manula,[8] Membuat bisnis biro perjalanan

---

[6] Ma2_punya_Nia,"Bab II Pengertian dan Fungsi Biro Perjalanan Umum" http://www.scribd.com/doc/25008658/Bab-II-Pengertian-Dan-Fungsi-Biro-Perjalanan-Umum diakses tanggal 28 Februari 2014

[7] Sheikh Saman Oadah,"Tujuan,Makna Dan Hikmah Ibadah Haji" http://www.travelhajiplus.com/tujuan-makna-hikmah-ibadah-haji-tavel-haji-plus-paket-umroh/ diakses tanggal 28 Februari 2014

[8] Cheriatna, "Bagaimana Sih Memulai Bisnis Travel Haji Umrah dengan Modal Nol" https://www.facebook.com/notes/cheriatna/bagaimana-sih-memulai-bisnis-travel-haji-umrah-dengan-modal-nol- diakses tangga l 1 Februari 2014

atau biasa disebut *travel* haji khusus dan umroh ini keuntungannya sangat menjanjikan.

Dalam menjalankan bisnis biro perjalanan ini khususnya untuk perjalanan haji khusus dan umroh, biasanya untuk menarik konsumen biro perjalanan tersebut sering menjanjikan kepada jamaah hal-hal yang membuat jamaah tertarik, misalnya berangkat pada bulan dan tanggal sekian tetapi ditunda bulan berikutnya, bahkan ada yang sampai tahun depan, padahal jamaah sudah menyelesaikan administrasinya, hal seperti itu sangat merugikan jamaah. Data pada tahun 2013 ada 16 biro perjalanan atau *travel* haji khusus dan umroh yang dikenakan sanksi oleh Kementrian Agama, 11 diantaranya diberi peringatan keras. Pada umumnya perusahaan biro perjalanan atau *travel* ini memanfaatkan dana jamaah untuk keperluan pribadi pengurus atas perusahaan, keterlambatan transfer, melakukan penggantian porsi jamaah, jamaah gagal berangkat dan tidak melayani jamaah sesuai perjanjian. Hal seperti itu membuat para calon jamaah harus selektif dalam memutuskan untuk menggunakan biro perjalanan atau *travel.*

Biro perjalanan Kaltrabu merupakan salah satu biro perjalanan terbaik di Banjarmasin. Biro perjalanan ini berdiri sejak tahun 1977, dan mempunyai banyak cabang di daerah khususnya daerah hulu sungai seperti Kandangan, Barabai, dan Amuntai. Perusahaan Biro perjalanan ini bertujuan untuk memudahkan para konsumen yang ingin melakukan perjalanan ibadah haji khusus, umroh dan yang ingin berwisata ke wilayah muslim seperti Mesir, Dubai, dan Turki, tetapi fokus usaha perusahaan Kaltrabu ini untuk pemberangkatan haji khusus dan umroh. Perusahaan ini Biro perjalanan ini juga letaknya sangat stategis karena berada di

Kota Banjarmasin, selain itu pelayanan yang baik yang diberikan kepada para jama'ah membuat biro perjalanan ini terus berkembang dan tidak pernah kosong dari jama'ah, yang unik dari biro perjalanan ini untuk keberangkatan umroh selalu pada hari rabu, supaya bisa jum'at di Mekkah dan Madinah dan juga biro perjalanan ini setiap tahun selalu memperoleh penghargaan. Salah satu penghargaan yang di berikan Garuda Indonesia berupa *the best* umroh and haji *agent* pada tahun 2011.

Perkembangan biro perjalanan sekarang ini sangatlah pesat mengingat banyak berdiri biro perjalanan khususnya di Banjarmasin, sehingga menuntut setiap biro perjalanan untuk bekerja keras mencari konsumen untuk kelancaran bisnisnya, kesuksesan biro perjalanan tidak terlepas dari perilaku konsumen, pada studi ini dikenal bahwa perilaku konsumen dalam memutuskan menggunakan biro perjalanan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, produk, promosi, harga, dan pelayanan yang masing-masing dapat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Pada penelitian terdahulu faktor produk, promosi, harga dan pelayanan ini ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh pada perilaku konsumen. Salah satu penelitian dari Noor Rismawati dengan judul "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Pascabayar Halo di Kota Amuntai" ini menyatakan bahwa faktor promosi tidak terlalu berpengaruh tetapi pada penelitian Budi Setiawan dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dosen dan Karyawan IAIN Antasari Banjarmasin ini menyatakan bahwa faktor promosi sangat berpengaruh secara signifikan. Antara dua variabel tersebut

terdapat perbedaan teori. Oleh karena itu untuk dapat memahami perilaku konsumen melalui faktor produk, promosi, harga dan pelayanan diperlukan penelitian konsumen. Melalui penelitian konsumen tersebut akan mempermudah para perusahaan mengenali perilaku konsumen.

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak seenaknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara mendalam, sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.[9]

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian khususnya dalam jasa setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan pembelian atau pengggunaan jasa secara sangat rinci untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, dan mengapa mereka membeli. Pemasar dapat mempelajari pembelian konsumen yang sebenarnya, untuk menemukan apa yang mereka beli, dimana, dan berapa banyak.[10]

Pengambilan keputusan konsumen, baik langsung maupun tidak langsung akan melibatkan orang lain dalam pengambilan keputusannya. Pentingnya masalah perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk pengguna jasa pada biro perjalanan khusus haji khusus dan umroh ini, untuk itu penulis merasa perlu untuk meneliti lebih lanjut dengan judul. “Faktor-Faktor yang

---

[9] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h.1.

[10] Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 158.

Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Perjalanan Haji Khusus dan Umroh pada Biro Perjalanan Kaltrabu Banjarmasin".

B. Rumusan Masalah

Agar lebih terarahnya penelitian dan sesuai dengan latar belakang di atas , maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin?
2. Faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin yang dilihat dari dimensi produk, harga, promosi, dan pelayanan.
2. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin.

D. Manfaat penelitian

1. Menambah pengetahuan dan wawasan penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui permasalahan ini secara lebih mendalam.

2. Bahan informasi ilmiah bagi siapa saja yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dari sudut pandang yang berbeda.

3. Bagi Perusahaan biro perjalanan, penelitian ini dapat memberi informasi yang berguna dalam bidang pemasaran dan lebih fokus pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan penguna jasa biro perjalanan haji khusus dan umroh.

4. Bagi masyarakat, sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam menggunakan jasa biro perjalanan haji khusus dan umroh khususnya di Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

a. Konsumen adalah pemakai, pembeli produk atau jasa.[11] Maksud peneliti adalah konsumen yang menggunakan jasa perjalanan haji khusus dan umroh.

[11] Umi Kulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Kasikho: Surabaya, 2006), h. 391.

b. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.[12] Perilaku konsumen yang peneliti maksud di sini adalah perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh Produk, Promosi, Harga dan Pelayanan.

F. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh M. Hairurezqi (0831159519) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan rental mobil terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amalia Nur Safrina cabang Barabai" yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan rental mobil terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai. Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu: *tangible*, *reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan dan dimensi mana yang pengaruhnya paling dominan terhadap kepuasan pelanggan PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil menunjukkan masing-masing dimensi pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukan bahwa variabel *tangible*, *reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu *emphaty*. Hasil analisis menunjukan bahwa dimensi *assurance*

[12] Nugroho J Setiadi, *op.cit*., h. 3.

berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan jika dibandingkan dengan dimensi lain. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan belum berhasil diberikan oleh perusahaan rental mobil tersebut sebagaimana yang konsumen harapkan, seharusnya *empathy* itu sangat diutamakan karena pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang terbaik.

Penelitian yang dilakukan Naila Khalidah (0831159527) yang berjudul "Perilaku Konsumen Terhadap Layanan Internet di Warung Internet Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara" yang membahas perilaku konsumen terhadap layanan internet di warung internet yang hanya mendatangkan kepuasan psikis bagi konsumen yaitu dapat terhibur. Padahal seorang konsumen dalam Islam cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *maslahah* maksimum yaitu mengandung manfaat dan berkah dari Allah swt.

Melalui teknik analisis kualitatif penelitian ini menghasilkan temuan bahwa perilaku atau tingkah laku konsumen terhadap layanan internet di warung internet kebanyakannya hanya mendatangkan kepuasan psikis bagi konsumen yaitu dapat terhibur. Disatu sisi mendapat hiburan, tetapi disisi lain tidak mendapatkan berkah dari Allah swt. Sebagai seorang muslim yang rasional yaitu yang beriman, semestinya anggaran konsumsi ibadahnya harus lebih banyak dibandingkan anggaran konsumsi duniawinya. Dalam dunia nyata, sebenarnya sangat sulit untuk konsumen menemukan barang-barang yang memiliki kandungan berkah yang benar-benar

setingkat, jadi, kebanyakan barang memiliki kandungan berkah yang tidak setingkat, betapapun kecil perbedaannya.[13]

Penelitian Budi Setiawan (0701157934) yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dosen dan Karyawan IAIN Antasari Banjarmasin untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah" yang menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dosen dan karyawan IAIN antasari Banjarmasin untuk menjadi nasabah Bank Syariah, karena dengan ini diharapkan bisa mengetahui dan membantu terhadap perkembangan perbankan syariah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan penelitian lapangan, dengan rumusan masalah apakah faktor produk, promosi, pelayanan, tempat dan distribusi berpengaruh secara simultan dan parsial dan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi dosen, karyawan IAIN Antasari Banjarmasin untuk menjadi nasabah di Bank Syariah dan bagaimana tinjauan menurut ekonomi Islam.

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara faktor produk, promosi, dan pelayanan, tempat dan pelayanan sebesar 57,7%, sisanya ditentukan oleh faktor lain di luar variabel ini. Variabel tempat dan distribusi tidak berpengaruh secra parsial. Faktor produk merupakan faktor yang paling dominan sebesar 64,6%, dan menurut tinjauan ekonomi Islam membolehkan manusia dalam transaksi atau melakukan usaha karena tujuan hidup manusia adalah untuk mencapai mashlahah.

Dalam menjelaskan konsumsi bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *maslahah* maksimum, hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *maslahah*

[13] Pusat Pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2008), h. 187.

yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi.[14]

Penelitian Noor Rismawati (0801159002) yang berjudul "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Pascabayar Halo di Kota Amuntai" yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan kartu pascabayar Halo di Kota Amnuntai. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan penelitian lapangan. Pokok masalah dalam penelitian ini apakah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan kartu pascabayar Halo di kota Amuntai dan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu pascabayar Halo di kota Amuntai.

Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh bauran pemasaran (produk, promosi, harga dan tempat) terhadap kepuasan pelanggan sebesar 28,4% dan sisanya 71,6% disebabkan oleh faktor lain. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel harga (X_2). Hal ini dapat dari hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,265 serta *standardized coefficients* 0,158 serta taraf *sig* sebesar 0,163 dan variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti tarif yang kompetitif dan tarif terjangkau yang paling memuaskan pelanggan berkaitan dengan harga kartu perdana dan voucher terjangkau serta tarif telepon, sms, internet terjangkau.

[14] *Ibid*., h. 129.

Dalam buku Nugroho. J Setiadi yang berjudul “Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran” yang bertujuan untuk mempermudah para pemasar untuk mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen serta menyiapkan kebijakan, seperti produk berciri tertentu, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan dan unsur-unsur penting lainnya dari bauran pemasaran. Buku ini menjelaskan perilaku konsumen mulai dari sisi konseptual hinggga aplikasi dan implikasinya untuk strategi dan penelitian pemasaran. disusun dalam empat bagian utama yaitu:

1. Pengenalan perilaku konsumen secara umum
2. Faktor-faktor intern dan individual yang mempengaruhi konsumen
3. Topik lingkungan yang mempengaruhi konsumen
4. Penyebaran inovasi dan keputusan konsumen

Materi yang disajikan dalam buku ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami dengan adanya contoh kasus dan disetiap akhir bab diberikan pertanyaan kajian dan diskusi.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Dalam penelitian yang saya teliti ini menggunakan penelitian lapang *(field research)* dengan mengangkat permasalahan yang terjadi di lapangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin. Penelitian ini berawal dari banyaknya konsumen yang merasa dirugikan karena kurang teliti

dalam mengambil keputusan untuk menggunakan biro perjalanan haji khusus dan umroh. Fokus permasalahannya mengenai bisnis dan ekonomi dari aspek konsumen atau pengguna jasa biro perjalanan haji khusus dan umroh yang dilihat dari faktor produk, promosi, harga, dan pelayanan. Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda dari penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti.

G. Hipotesis Penelitian

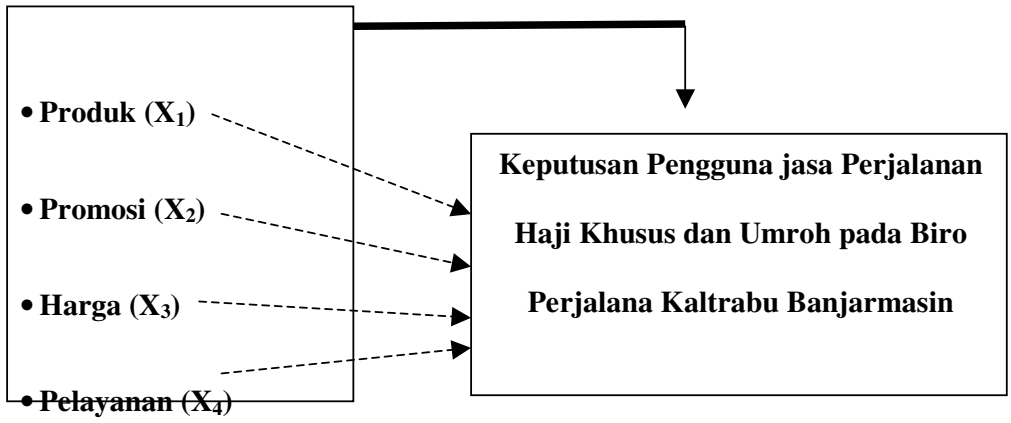
Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu, penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa. Faktor-faktor tersebut terdiri dari produk, promosi, harga dan pelayanan.
2. Diduga Harga mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin. Hipotesis ini mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa harga yang berpengaruh paling dominan.

H. Kerangka Pemikiran

Keputusan pembelian atau pengguna jasa dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya faktor produk, promosi, harga dan pelayanan yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pengguna jasa perjalanan haji khusus dan umroh pada biro perjalanan Kaltrabu Banjarmasin.

Gambar 1.1: Kerangka Pemikiran



Keterangan ----------→ : Pengaruh Secara Parsial

——————→ **:** Pengaruh Secara Simultan

Sumber: Indriani Windasari

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaaat penelitian, kajian pustaka, hipotesis, kerangka pikiran dan sistematika penulisan.

Bab II. Landasan Teori, berisikan tentang pengertian pemasaran dan konsep pemasaran, perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, perilaku konsumen menurut Islam dan tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian.

Bab III. Metode penelitian, berisikan tentang jenis dan lokasi penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahapan penelitian.

Bab IV. Hasil penelitian dan Analisis data, memuat tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

Bab V. Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.