

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	1
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	2
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Variabel.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II LANDASAN TEORI.....	23
A. <i>Expectation-Confirmation Theory (ECT)</i>	23
B. Teknologi.....	24
C. Promosi.....	29
D. Daya Saing	33
E. Persepsi.....	39
F. Persepsi dalam Perspektif Pariwisata Syariah	44
G. Penelitian Terdahulu.....	46

H. Kerangka Teori.....	51
I. Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
B. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	55
C. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	58
D. Instrumen Penelitian	62
E. Teknik Pengumpulan Data	65
F. Analisis Data	65
1. Uji Validitas.....	66
2. Uji Reliabilitas.....	67
3. Uji Multikolinearitas.....	68
4. Analisis Regresi Linear Berganda	68
5. Uji Koefisien Determinansi (R^2).....	70
6. Uji Hipotesis.....	70
7. Uji Asumsi Klasik	72
BAB IV HASIL PENELITIAN	75
A. Deskripsi Objek Penelitian	75
1. Profil Objek Penelitian	75
2. Visi Misi KBIHU Rahmatul Ummah	78
3. Tujuan dari KBIHU Rahmatul Ummah	79
4. Program Kerja Tahun 2021 – 2026 M.....	79
5. Jenis – Jenis Kegiatan.....	82
B. Deskripsi Data Responden.....	84
C. Deskripsi Variabel Penelitian	86
D. Analisis Data	96
1) Uji Validitas.....	96
2) Uji Reliabilitas.....	99
3) Uji Multikolinearitas.....	99
4) Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	100
5) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	102
6) Uji Hipotesis.....	105
7) Uji Asumsi Klasik	107
BAB V PEMBAHASAN.....	111

A.	Pengaruh Teknologi, Promosi, dan Daya Saing terhadap Persepsi Calon Jamaah secara Simultan	112
B.	Pengaruh Penerapan Teknologi terhadap Persepsi Calon Jamaah dalam Memilih Layanan Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah.....	116
C.	Pengaruh Strategi Promosi terhadap Persepsi Calon Jamaah dalam Memilih Layanan Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah.....	120
E.	Pengaruh Daya Saing terhadap Persepsi Calon Jamaah dalam Memilih Layanan Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah	124
BAB VI PENUTUP.....		128
A.	Kesimpulan.....	128
B.	Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN – LAMPIRAN		140