

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	13
C. Rumusan Masalah.....	15
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian.....	16
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	17
G. Penegasan Variabel.....	17
H. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	22
A. Perilaku Konsumen.....	22
B. Keputusan Pemilihan Biro Travel Umroh.....	28
C. Kualitas Konten Media Sosial.....	33
D. Kredibilitas Testimoni Jamaah.....	41

E. Penelitian Terdahulu.....	47
F. Kerangka Teori.....	56
G. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Variabel dan Pengukuran.....	61
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	62
E. Instrumen Penelitian.....	66
F. Teknis Pengumpulan Data.....	69
G. Analisis Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	77
A. Karakteristik Responden	77
B. Deskripsi Variabel	82
C. Uji Instrumen Penelitian	86
D. Analisis Data	89
BAB V PEMBAHASAN	101
A. Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial dan Kredibilitas Testimoni Jamaah terhadap Keputusan Pemilihan Biro Travel Umroh PT. Al Hakim Lina Jaya.....	101
B. Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial terhadap Keputusan Pemilihan Biro Travel Umroh PT. Al Hakim Lina Jaya.....	102
C. Pengaruh Kredibilitas Testimoni Jamaah terhadap Keputusan Pemilihan Biro Travel Umroh PT. Al Hakim Lina Jaya.....	106
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117
BIODATA PENULIS.....	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah PT. Al Hakim	5
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	62
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian	66
Tabel 4. 1 Hasil Kuisisioner Keputusan Pemilihan Biro Travel Umroh.....	83
Tabel 4. 2 Hasil Kuisisioner Kualitas Konten Media Sosial.....	84
Tabel 4. 3 Hasil Kuisisioner Kredibilitas Testimoni Jamaah	85
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas	88
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	89
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	90
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	92
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	94
Tabel 4. 10 Hasil Uji t	95
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Teori.....	56
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	77
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Keberangkatan Umroh	78
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan Jasa Biro	80
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jamaah yang Melihat Konten Media Sosial Biro.....	81
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scaterplot	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	117
Lampiran 2. Penyebaran Kuisisioner.....	122
Lampiran 3. Data Reponden	122
Lampiran 4. Jawaban responden	126
Lampiran 5. Output Uji Validitas	130
Lampiran 6. Output Uji Reliabelitas	133
Lampiran 7. Output Uji Multikolinieritas	133
Lampiran 8. Output Uji Regresi Linier	134
Lampiran 9. Output Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	134
Lampiran 10. Output Uji F.....	134
Lampiran 11. Output Uji t.....	135
Lampiran 12. Output Uji Heteroskedastisitas	135
Lampiran 13. Output Uji Normalitas	136
Lampiran 14. Output Uji Autokorelasi (Durbin Watson).....	136
Lampiran 15. Lembar kendali Bimbingan Skripsi	138
Lampiran 16. Biodata Diri	150