

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN PADA BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH
(Studi Kasus PT. Pandi Kencana Murni)**

***FACTORS AFFECTING CONSUMER PREFERENCES IN THE HAJJ AND
UMRAH TRAVEL BUREAU
(Case Study of Pandi Kencana Murni Company)***

SKRIPSI



Oleh

AHMAD AOFA FARHAN AMIEN

20160430009

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Aofa Farhan Amien

NIM : 20160430009

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN PADA BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH (Studi Kasus PT. Pandi Kencana Murni)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia membatalkan karya ini.

Yogyakarta, 03 April 2021



Ahmad Aofa Farhan Amien

MOTTO

Barang siapa bertakwa kepada Allah maka dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.

(Qs. Ath-Thalaq ayat 2-3)

..Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya..

(Qs. Al-Baqarah ayat 286)

Beberapa orang tidak suka perubahan, Tetapi kamu perlu menerima perubahan jika alternatifnya adalah bencana.

(Elon Musk)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji kehadiran Allah SWT & Nabi Muhammad SAW sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan segala bantuan, dukungan & doa banyak orang. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua saya, Bapak H. TB. Anis Fuadi dan Ibu Hj. Irma Halimatus Sadiyah yang selalu memberikan doa, nasehat untuk saya sehingga saya mendapatkan kelancaran dalam menjalani masa studi dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Nenek saya Hj. Euis Cholisoh dan Hj. Machfudoh yang selalu memberikan dukungan dan nasehat, sehingga saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan sudah selalu mendukung saya.
3. Adik-adik saya Nizma Sina Annisa, Tubagus Syahrijal Amri dan Tubagus Luthfy Muhammad yang selalu memberikan motivasi selama saya melaksanakan studi di Kota Yogyakarta.
4. Untuk Wanda Ayu Sartika terimakasih sudah menjadi salah satu motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat saya angkatan Komandan yang sudah memberikan semangat, canda dan tawa selama saya berada di Kota Yogyakarta
6. Anak-anak Kontrakan Sebelah yang selalu memberikan warna ,motivasi dan kebahagiaan terhadap saya selama kuliah.
7. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN PADA BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH (Studi Kasus PT. Pandi Kencana Murni)** yang disusun sebagai syarat akademisi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan dan dukungan oleh berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu peneliti menyampaikan rasa syukur dan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Imamudin Yuliadi, SE., M.Si. selaku Ketua Prodi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Diah Setyawati Dewanti, SE., M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran dan perhatian dalam memberikan masukan serta bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Segenap pengajar maupun karyawan Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing peneliti selama perkuliahan.
6. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2016 dan teman-teman yang lainnya.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu serta memotivasi peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Terimakasih banyak penulis haturkan kepada semua pihak, yang telah terlibat. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran selalu penulis harapkan. Besar harapan dari penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamualikum wr.wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	16
1. Pendekatan Nilai Guna Kardinal.....	16

2. Pendekatan Ordinal	17
B. Preferensi.....	21
1. Pengertian Preferensi	21
2. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi	22
3. Preferensi dalam Perspektif Ekonomi Islam	25
C. Harga.....	26
1. Pengertian Harga.....	26
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga	27
3. Ukuran dalam Penetapan Harga.....	29
4. Tujuan Penetapan Harga	30
5. Strategi Penetapan Harga	31
6. Indikator Harga	32
D. Promosi Penjualan.....	32
1. Pengertian Promosi Penjualan	32
2. Tujuan Promosi Penjualan	34
3. Alat-Alat Promosi Penjualan	34
4. Indikator Promosi Penjualan	38
E. Kualitas Pelayanan	39
1. Definisi Kualitas Pelayanan	39
2. Peranan dan Fungsi Pelayanan.....	40
3. Tujuan Pelayanan	42
4. Indikator Kualitas Pelayanan	43
F. Fasilitas	44

1. Pengertian Fasilitas	44
2. Unsur-unsur Fasilitas	45
3. Indikator Fasilitas	46
G. Kemudahan Komunikasi	50
1. Pengertian Komunikasi	50
2. Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran	50
3. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran yang Efektif	52
4. Indikator Komunikasi Pemasaran	54
H. Penelitian Terdahulu	55
I. Hipotesis Penelitian	58
J. Model Penelitian	64

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
B. Objek dan Subjek Penelitian	66
C. Populasi dan Sampel	66
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Definisi Operasional Variabel	69
F. Uji Instrumen Data	71
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	74

BAB IV GAMBARAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	86
1. Gambaran Umum PT. Pandi Kencana Murni	86
2. Visi dan Misi Perusahaan	87

B. Gambaran Umum Responden	87
C. Karakteristik Responden	88

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskripsi Data.....	90
B. Uji Kualitas Instrumen	96
1. Uji Validitas	96
2. Uji Reliabilitas	98
C. Uji Asumsi Klasik.....	99
1. Uji Normalitas.....	99
2. Uji Multikolinearitas	100
3. Uji Heterokedastisitas	101
D. Hasil Penelitian	103
1. Uji Regresi Linier Berganda	103
2. Uji Parsial (Uji t).....	104
3. Uji Simultan (Uji F)	107
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	108
E. Pembahasan Hasil Penelitian	109

BAB VI PENUTUP

A. Simpulan	115
B. Keterbatasan Penelitian.....	116
C. Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA	118
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Populasi Konsumen Biro Perjalanan Haji Dan Umrah PT. Pandi Kencana Murni tahun 2019	67
Tabel 3.2	Bobot Skala <i>Likert</i>	74
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.3	Data Responden berdasarkan Pendidikan	89
Tabel 5.1	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Harga (X_1)	90
Tabel 5.2	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Promosi (X_2).....	91
Tabel 5.3	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	92
Tabel 5.4	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Fasilitas (X_4).....	93
Tabel 5.5	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Kemudahan Komunikasi (X_5).....	94
Tabel 5.6	Hasil Skala Pengukuran Butir Kuesioner Variabel Preferensi Konsumen (Y).....	95
Tabel 5.7	Pengujian Validitas Variabel Harga (X_1).....	96
Tabel 5.8	Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_2)	96
Tabel 5.9	Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	97
Tabel 5.10	Pengujian Validitas Variabel Fasilitas (X_4)	97

Tabel 5.11	Pengujian Validitas Variabel Kemudahan Komunikasi (X_5).....	97
Tabel 5.12	Pengujian Validitas Variabel Preferensi Konsumen (Y)	98
Tabel 5.13	Uji Reliabilitas	99
Tabel 5.14	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	100
Tabel 5.15	Uji Multikolinearitas	101
Tabel 5.16	Uji Heterokedastisitas	102
Tabel 5.17	Uji Regresi Berganda	103
Tabel 5.18	Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	104
Tabel 5.19	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	108
Tabel 5.20	Uji Koefisien Determinasi	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pemberangkatan Umrah tahun 2019.....	7
Gambar 2.1	Kurva Indiferens	20
Gambar 2.2	Model Penelitian	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	122
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Responden.....	128
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS 21.....	146
Lampiran 4 Hasil Uji Penelitian dengan SPSS 21	152
Lampiran 5 Tabel Distribusi	154