

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH
KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH)
DI LAMPUNG TIMUR**

TESIS

Diajukan guna Memenuhi Tugas Akhir dan
sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E)

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARI'AH



OLEH :

JIHAN IBTISAM AL-USTADZI
NPM. 2371040052

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H/2025 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH
KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH)
DI LAMPUNG TIMUR**

TESIS



Oleh:

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing Utama	: Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
Pembimbing Pendamping	: Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S., M.H.I

**PASCASARJANA EKONOMI SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H/2025 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id; email:
ppsiaainmetro@metrouniv.ac.id

PERSETUJUAN TESIS

Tesis dengan Judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur**, disusun oleh : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi, NPM. 2371040052, Program Studi Ekonomi Syari'ah, telah memenuhi syarat untuk dapat diajukan dalam Sidang Munaqosyah Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro.

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag., P.I.A
NIP. 196805301994032003

Pembimbing Pendamping,

Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP. 197210071999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

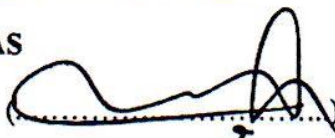
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id; email:
ppsainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan Judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur**, disusun oleh : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi, NPM. 2371040052, Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah Telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro, Pada Hari/Tanggal : Rabu/25 Juni 2025.

TIM PEMBAHAS

Dr. Imam Mustofa, M.S.I
Ketua/Moderator

()

Putri Swastika, M.IF, Ph.D
Penguji 1/Utama

()

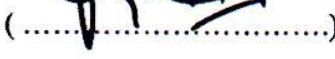
Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
Penguji 2/ Pembimbing 1

()

Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
Penguji 3/Pembimbing 2

()

Dr. Diana Ambarwati, M.Esy
Sekretaris

()



Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana (PPs) IAIN Metro

Prof. Dr. H. Suhairi, S.Ag., M.H
NIP. 19721001 199903 1 003

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) DI LAMPUNG TIMUR

Oleh :

JIHAN IBTISAM AL-USTADZI
NPM : 2371040052

Mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen merupakan point penting suatu perusahaan atau lembaga guna mengevaluasi dan menggencarkan strategi untuk perkembangan suatu perusahaan atau organisasi. Penelitian ini berangkat dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur yang bersaing sehat dalam mempengaruhi konsumen memilih produk jasanya. Fokus dalam penelitian ini yaitu Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan sub fokus proses faktor tersebut dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *filed research* meliputi wawancara dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam wawancara adalah teknik *purposive sampling*. Data dianalisis melalui analisa deskriptif yang bersifat induktif. Penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka meliputi perilaku konsumen dan pengambilan keputusan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur meliputi Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor internal diantaranya antusias atau motivasi, citra atau reputasi dan lokasi, sedangkan faktor eksternalnya meliputi rekomendasi, iklan dan promosi dan pelayanan. Proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen meliputi kesadaran akan kebutuhan diri (*idrak al-hajjah*), pertimbangan etis dan syari'ah (*tamyiz al-halal wa al-haram*), niat dan tujuan konsumsi (*niyyah wa ghayah al-istihlak*), keputusan untuk mengonsumsi (*qarar al-istihlak*), dan refleksi setelah konsumsi (*muqarabah wa muhasabah*). Adapun rekomendasi yang diberikan kepada seluruh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Se-Lampung Timur ini yaitu meningkatkan inovasi di bidang promosi di sosial media dan cetak serta menambah dan mengupgrade sumber daya

manusia pelaksana pembinaan manasik secara maksimal agar menciptakan timbal balik yang baik bagi lembaga maupun pengguna atau konsumen.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Pengambilan Keputusan Konsumen, KBIH

ABSTRACT

FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER BEHAVIOR IN CHOOSING HAJJ GUIDANCE GROUP (KBIH) IN EAST LAMPUNG

By:

JIHAN IBTISAM AL-USTADZI

NPM: 2371040052

Knowing the Factors that Influence Consumer Behavior is an important point for a company or institution to evaluate and intensify strategies for the development of a company or organization. This study departs from the many Hajj Guidance Groups in East Lampung that compete healthily in influencing consumers to choose their service products. The focus of this study is the Factors that influence consumer behavior with the sub-focus of the process of these factors in influencing consumer behavior.

This study uses a qualitative approach method that is descriptive in nature. Data collection techniques in this study use filed research including interviews and documentation. The technique used in the interview is the purposive sampling technique. Data are analyzed through inductive descriptive analysis. This study uses a literature review covering consumer behavior and consumer decision making.

The results of this study indicate that the factors that influence consumer behavior in choosing the Hajj Guidance Group (KBIH) in East Lampung include Internal Factors and External Factors. Internal factors include enthusiasm or motivation, image or reputation and location, while external factors include recommendations, advertising and promotions and services. The process of these factors influencing consumer behavior includes awareness of self-needs (*idrak al-hajjah*), ethical and sharia considerations (*tamyiz al-halal wa al-haram*), intention and purpose of consumption (*niyyah wa ghayah al-istihlak*), decision to consume (*qarar al-istihlak*), and reflection after consumption (*muqarabah wa muhasabah*). The recommendations given to all Hajj Guidance Groups (KBIH) in East Lampung are to increase innovation in the field of promotion in social media and print as well as adding and upgrading human resources

implementing manasik guidance to the maximum in order to create good feedback for both institutions and users or consumers.

Keywords: Consumer Behavior, Consumer Decision Making, KBIH

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	 ‘ ...	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Contoh:

كتب - kataba
 فعل - fa‘ala
 ذكر - zukira
 يذهب - yaẓhabu
 سنل - suila

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ى ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كيف - kaifa

هول - haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي...	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
و... و...	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال - qāla

رمي - ramā

قيل - qīla

يقول - yaqūlu

d. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1). Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2). Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- a) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال	- raudatul al-atfal
	- raudatu al-atfal
المدينة المنورة	- al- Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul Munawwarah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut:

Contoh:

ربنا	- rabbanā
نزل	- nazzala
البر	- al-birr

نعم - nu'ima

الحج - al-hajju

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1). Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2). Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرجل	- ar-rajulu
الشمس	- asy-syamsu
البدیع	- al-badi'u
السيدة	- as-sayyidatu
القلم	- al-qalamu
الجلال	- al-jalālu

a) Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan *opostrof*. Namun, hal ini hanya terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal:

امرت - umirtu

اكل - akala

Hamzah ditengah:

تأخذون - takhuẓūna

تأكلون - takulūna

Hamzah di akhir:

شيء - syaiun

النوء - an-nauu

b) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn.

- Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn.

فاوفوا الكيل والميزان - Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna.

- Fa aufū al-kaila wal-mīzāna.

- | | |
|--------------------------|--|
| بسم الله مجرّها و مرسها | - Bismillāhi majrehā wā mursāhā. |
| و لله على الناس حج البيت | - Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti
manistatā'a ilaihi sabīlā. |
| من استطاع اليه سبيلا | - Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti
manistatā'a ilaihi sabīlā. |

c) Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- | | |
|--|--|
| و ما محمد الا رسول | - Wa mā Muhammadun illā
rasūl. |
| ان اول بيت و ضع للناس للذي ببكة مباركا | - Inna awwala baitin wudi'a
lin-nāsi lillażī Bi Bakkata
mubārakan. |
| شهر رمضان الذي انزل فيه القران | - Syahru Ramadāna al-lażī
unzila fīhi al- Qurānu . |
| ولقد راه بالفق المبين | - Wa laqad raāhu bil-ufuqil-
mubīni. |
| الحمد لله رب العلمين | - Al-hamdu lillāhi rabbil-
'ālamīna. |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نصر من الله وفتح قريب - Nasrum **minallāhi** wa fathun qarīb.

الله الامر جميعا - **Lillāhi** al-amru jamī'an.

- Lillāhil amru jamī'an.

والله بكل شيء عليم - **Wallāhu** bikulli syaiin 'alīmun.

d) Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ORISINILITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi

NPM : 2371040052

Jurusan : Magister Ekonomi Syari'ah, Program Pascasarjana

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung

Menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan asli dari penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Metro, 10 Juni 2025



Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(Q.S An-Nisa’: 29)¹

¹ Imam Ali Ash Shabuni dan Mukhtashar Ibn Katsir. *Tafsir Terjemah*. Beirut-Libanon: Dar Alqur’an Alkarim. 2007, 7.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'alamin, atas segala hambatan dan cobaan dalam penyelesaian Tesis ini, akhir kata peneliti ucapkan banyak terima kasih dalam segala hal terkait keterlibatan penyelesaian Tesis ini dan mempersembahkan Tesis ini kepada :

1. Pertama, peneliti persembahkan kepada diri sendiri yang telah berjuang penuh cucur airmata dan tidak pernah menyerah dalam titik terendahpun. Terima kasih telah sangat berjuang hingga sampai di titik ini, *Proud of you girl!*.
2. Kepada pemilik NIM. 14118104, terima kasih atas segala do'a, *support* dan motivasi yang diberikan kepada peneliti. Terima kasih, telah menjadi kekuatan atas segala kerapuhan dalam hidup peneliti terutama dalam tahap akhir penyelesaian Tesis ini.
3. Kedua Orangtua peneliti, Ibu Nur Kholifah dan Bapak Imam Ustadzi. Terima kasih atas segala pengorbanan, perjuangan, lontaran semangat serta iringan do'a tiada henti yang selalu dipanjatkan dan menyertai peneliti sehingga memudahkan segala proses penyelesaian Tesis peneliti.

4. Keluarga Besar peneliti, Kakek, Nenek, dan Adik-adik peneliti, Ahsan, Zyan, Jiran yang menjadi dorongan lebih menjadi contoh dan panutan dalam keluarga peneliti.
5. Sahabat-sahabat peneliti, Yuni, Dina, Ani, Helen serta sahabat saya yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih selalu ada dalam suka duka penyelesaian Tesis ini.
6. Rekan-rekan dan saudara saya yang telah banyak membantu baik dalam materi maupun nonmateri dalam proses ini, terima kasih semoga Allah membalas kebaikan saudara semua.
7. Seluruh Dosen Pascasarjana yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti di masa perkuliahan, Khususnya Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I sebagai Dosen Pendamping Tesis peneliti.
8. Almamater tercinta, Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat iman, islam dan kesehatan sehingga dalam kesulitan selama penyelesaian penyusunan Tesis yang berjudul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur”*** dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada Baginda Nabi Besar Agung Muhammad SAW, mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa’at-Nya kelak di *Yaumil Akhir*. *Aaamin Allahumma Aamiin*.

Penyusunan Tesis ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung guna memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E). Di dalam upaya penyusunan dan penyelesaian Tesis ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd, Kons. sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Prof. Dr.Suhairi, S.Ag, M.H sebagai Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

3. Dr. Imam Mustofa, M.S.I sebagai Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah.
4. Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag., P.I.A sebagai Pembimbing Utama peneliti.
5. Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S., M.H.I sebagai Pembimbing Pendamping peneliti.
6. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Tenaga Kependidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta pelayanan yang terbaik kepada peneliti selama masa perkuliahan.

Metro, 23 Juli 2025
Peneliti,



Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN TESIS.....	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
ORISINILITAS PENELITIAN	xvii
MOTTO.....	xviii
PERSEMBAHAN	xix
KATA PENGANTAR	xxi
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR GAMBAR	xxviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penulisan	10
F. Penelitian yang Relevan	11
G. Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen.....	23
1. Pengertian Perilaku Konsumsi Jasa	23
2. Etika dan Prinsip Perilaku Konsumsi Jasa dalam Perspektif Islam.....	25
3. Pentingnya Memahami Perilaku Konsumsi Jasa .	34
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Jasa.....	35
B. Pengambilan Keputusan Konsumen	39
1. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa	40
2. Etika dan Prinsip Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	44
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa.....	46
4. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	49
C. Kerangka Pikir	54

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Latar dan Waktu Penelitian	58
C. Data dan Sumber Data.....	60
1. Sumber Data Primer	60
2. Sumber Data Sekunder.....	62
D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	63
1. Wawancara (<i>Interview</i>)	63
2. Dokumentasi	64

E. Prosedur Analisis Data	64
1. Pengumpulan Data	65
2. Reduksi Data	66
3. Penyajian Data	67
4. Penarikan Kesimpulan	68
F. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	68
1. Kredibilitas (<i>Credibility</i>).....	68
2. Transferabilitas (<i>Transferbility</i>).....	70
3. Dependabilitas (<i>Dependability</i>)	70
4. Konfirmabilitas (<i>Confirmability</i>)	71

BAB IV FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) DI LAMPUNG TIMUR

A. Gambaran Umum Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur	73
1. Deskripsi Umum Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer di Lampung Timur.....	73
2. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer di Lampung Timur.....	83
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur.....	87
a). Faktor Internal Perilaku Konsumen dalam mempengaruhi Pengambilan Keputusan Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur	87

b). Faktor Eksternal Perilaku Konsumen dalam mempengaruhi Pengambilan Keputusan Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur	91
C. Proses Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Mempengaruhi Pilihan Konsumen Menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur.....	94
1. Proses Faktor Internal Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur	95
2. Proses Faktor Eksternal Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur.....	101
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Kesimpulan.....	108
B. Rekomendasi	109
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Jama'ah Haji Tahun 2023-2024	3
Tabel 1.2	Data Jumlah Jama'ah Haji Tahun 2023-2024 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Se-Kabupaten Lampung Timur.....	7
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	59
Tabel 4.1	Data Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Kabupaten Lampung Timur.....	75
Tabel 4.2	KBIH Populer Se-Kabupaten Lampung Timur	76
Tabel 4.3	Data Jumlah Jama'ah Haji 2023 dan 2024 di KBIH Se- Kabupaten Lampung Timur.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	54
Gambar 2.2 Struktur Kepengurusan KBIH Sunan Kali Jogo	163
Gambar 2.3 Struktur Kepengurusan KBIH Jabal Rahmah	167
Gambar 2.4 Struktur Kepengurusan KBIH Nurussalam	171

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-Lampiran :

1. Surat Izin Prasurvey
2. Balasan Izin Prasurvey
3. Surat Izin Research
4. Balasan Izin Research
5. Alat Pengumpul Data
6. Outline
7. Formulir Bimbingan Tesis
8. Surat Keterangan Bebas Administrasi
9. Surat Keterangan Uji Plagiasi
10. Surat Keterangan Bebas Pustaka Perpustakaan
11. Surat Keterangan Bebas Pustaka Perpustakaan Pascasarjana
12. Lampiran Struktur Kepengurusan
13. Lampiran Wawancara Lapangan
14. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memiliki landasan atau dasar pedoman yang wajib dikerjakan oleh seluruh umat Muslim di dunia, yakni Rukun Islam. Rukun Islam terdiri dari lima komponen yang harus dijalankan oleh seluruh umat Muslim diantaranya syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji atau umroh sebagai bagian akhir ibadah paripurna.² Allah SWT berfirman:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”. (Q.S.Ali-Imran: 97).³

² Subianto, Achmad. *Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia*, ed. Yoyok Widyoko, Ed. Kedua Jakarta: Gibon Books, 2016. 225.

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung, PT. Syamsil Cipta Media, 2007), 365.

Mengenai ibadah paripurna yang menjadi dambaan setiap umat Muslim, pelaksanaan ibadah haji membutuhkan bekal persiapan yang matang baik dari segi fisik, mental, spiritual maupun administrasi dan tentunya, jama'ah harus teliti mengambil keputusan dalam memilih dan mengamanahkan manasik haji di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang mengedepankan prinsip syari'ah sesuai dengan petunjuk dan Sunnah Rasulullah SAW.⁴ Sebagaimana Sabda Nabi *Shallallahu Alaihi Wasallam*:

خُذُوا مَنَاسِكَكُمْ فَإِنِّي لَا أَدْرِي لَعَلِّي لَا أَحُجُّ بَعْدَ حَجَّتِي هَذِهِ

Artinya: “Ambillah dariku manasik-manasik kalian, karena sesungguhnya aku tidak mengetahui, mungkin saja aku tidak berhaji setelah hajiku ini” (H.R Muslim)⁵

Konteks dari Hadis tersebut kaitannya dengan penelitian peneliti adalah dalam menjalankan ibadah haji hendaklah melaksanakan bimbingan manasik secara maksimal, sesuai dengan prinsip syari'ah dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang transparansi, amanah dan jauh dari *maysir gharar* serta kemudharatan salah satu belah pihak. Maka dari itu, sebagai konsumen atau jama'ah haji haruslah selektif dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Tingginya minat dan

⁴ Budi Kisworo. *Ibadah Haji Ditinjau Dari Berbagai Aspek*. Al Istimbath : Jurnal Hukum Islam vol. 2, no. 1, 2017, 75.

⁵ Ismail ibn 'Isa. *Terjemah Kitab Haji Shahih Muslim*. Kompas-Gramedia. PT Elex Media Komputindo, 2017, 53.

keinginan orang muslim untuk bisa beribadah haji dengan minimnya bekal, membuat para konsumen sadar dan berusaha mempersiapkan bekal terbaik. Hal ini selaras dengan banyaknya Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang berdiri untuk membimbing para calon jamaah yang ingin beribadah ke tanah suci Makkah dengan jumlah yang tinggi dari tahun ke tahun.⁶ Berikut data jumlah jama'ah haji tahun 2023-2024:

Tabel 1.1
Data Jumlah Jama'ah Haji Tahun 2023-2024

No.	Keterangan	2023 M/1444 H		2024 M/1445 H	
		Laki-Laki	Wanita	Laki-Laki	Wanita
1.	Berangkat	294	318	369	380
2.	Wafat	3	0	1	0
3.	Kembali	291	318	368	380

Sumber: *Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur*⁷

Berdasarkan data pada tabel tersebut, jumlah konsumen atau jama'ah haji meningkat setiap tahunnya yang menunjukkan bahwa dalam organisasi bisnis, konsumen turut serta dalam memperlancar laju perusahaan. Konsumen menjadi tolak ukur baik buruknya sebuah perusahaan dan mempunyai hak-hak sebelum ia membeli suatu jasa,

⁶ Saputra, Beny. *Faktor-Faktor Calon Jama'ah Memilih Bimbingan Mansik Haji Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Arafah Kota Bengkulu*. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. 2023, 3.

⁷ Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur.

salah satunya yakni hak dalam mengambil keputusan bergabung di sebuah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

PMA No.13 Tahun 2018 pasal 19-23 menyebutkan bahwa penyelenggaraan bimbingan manasik haji dan umrah dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yaitu sebuah lembaga non pemerintah yang dipercayai untuk melakukan bimbingan manasik haji dalam wewenanganya kepada calon jam'ah haji yang hendak menunaikan haji dikarenakan kemampuan pemerintah yang sangat terbatas.⁸ Dengan adanya kewenangan tersebut, banyak dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang telah berdiri di Lampung Timur ini sebagai kaki tangan dari Kementerian Agama dalam membimbing manasik kepada konsumen atau jama'ah haji.

Tujuan penyelenggaraan Ibadah Haji sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang nomor 8 Tahun 2019 pengganti Undang-Undang nomor 13 Tahun 2008 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan bagi jama'ah haji dan umroh⁹, sehingga dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan

⁸ PMA No.13 Tahun 2018 pasal 19 – 23 tentang penyelenggaraan bimbingan manasik haji dan umrah, diakses pada 09 Mei 2024 pukul 19.30 WIB.

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh, diakses pada 09 Mei 2024 pukul 20.00 WIB.

ketentuan syari'at, dan mewujudkan kemandirian serta ketahanan dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh.

Saat ini, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur berjumlah 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan masing-masing tentunya ingin memberikan pelayanan dan pembinaan semaksimal mungkin kepada calon jama'ah haji, sehingga membuat para jama'ah sulit untuk memilih lembaga mana yang lebih baik.¹⁰ Tak jarang, bahkan banyak calon jama'ah haji yang kurang teliti dalam mengambil keputusan atau menentukan pilihan dalam memilih jasa bimbingan haji sehingga terjadi kesenjangan antara harapan dan kenyataan realisasi yang diinginkan.

Penelitian ini berangkat dari permasalahan yang ada di lapangan mengenai keresahan yang ada di masyarakat terhadap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur. Di antara Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur yang menjadi keresahan dan perbincangan masyarakat tersebut diantaranya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kalijogo, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, dan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam.

¹⁰ Hasil Wawancara prasurvey dengan Staff Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur pada Rabu, 08 Mei 2024 pukul 10.15 WIB.

Fenoemananya, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kalijogo dianggap akan biayanya yang terlampau mahal dibandingkan dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang lain, hal ini tidak sesuai dengan Regulasi Dirjen No. D/799/2013 tentang pedoman pelayanan publik dan KBIH yang didalamnya memuat tentang biaya komitmen jasa maximal 3,5 juta.¹¹ Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah yang dianggap tidak sesuai antara promosi dan pelayanan yang diberikan, hal ini bertentangan dengan Hak Perlindungan Konsumen memuat hak dalam memilih jasa dan mendapatkan sesuai janji atau tukar yang disepakati¹² serta Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam yang dikabarkan sebagai Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang menggelapkan dana konsumen atau jama'ah haji, sedangkan dalam prinsip ekonomi islam sendiri adalah menghindari *maysir* dan *gharar*, transparansi, maslahat bersama,¹³ bukan hanya merugikan satu belah pihak ataupun hanya menguntungkan sepihak.

Realitanya, ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang problematik dan menjadi keresahan di tengah masyarakat ini justru menjadi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang dari

¹¹ Undang-Undang tentang Pelayanan Publik dan KBIH (PHU dan Dirjen No. D/799/2013.

¹² Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999

¹³ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2011, 61.

tahun ke tahun populer dengan jumlah konsumen atau jama'ah haji yang terbanyak di Lampung Timur. Hal ini berdasarkan dari kalkulasi data jama'ah haji dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

Tabel 1.2
Data Jumlah Jama'ah Haji 2023 dan 2024 di KBIH
Se-Kabupaten Lampung Timur

NO.	Nama KBIH	Pimpinan	Jama'ah 2023	Jama'ah 2024
1.	AL MULTAZAM AL AMIN AL IJABAH	MUSTOFA AL ASNA	24	27
2.	AN NUR WAL BAROKAH	H.MUKRIONO, S.Pd.I	23	28
3.	SUNAN KALIJOGO	KH. AYONG ISMAIL	215	260
4.	JABAL NUR MANDIRI	KH. BADRUN RIFAI	26	32
5.	NURUSSALAM	H.F.MUHAMMAD DASUKI	127	167
6.	MULTAZAM MANDIRI	H.SUTRISNO HENDRO, M.M	17	13
7.	JABAL RAHMAH	H. INDAR HARIRI, S.H.I	180	215

Sumber: Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur¹⁴

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun adanya keresahan dalam masyarakat mengenai Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), masyarakat tetap memilih untuk

¹⁴ Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

bergabung mengamankan manasik hajinya, tentunya pengambilan keputusan jama'ah dalam memilih melakukan pelatihan manasik di beberapa Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) tersebut didasari oleh kriteria dan beberapa faktor tersendiri yang membuat konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

Salah satu langkah utama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu dengan cara mengetahui perilaku konsumen (jama'ah). Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa.¹⁵ Namun dalam praktiknya, tidaklah mudah mengetahui perilaku konsumen, dalam hal ini calon jama'ah haji dan menganalisa setiap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen, banyak faktor yang mempengaruhinya. Dari analisis faktor inilah, menjadi evaluasi bagi para Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dalam meningkatkan strategi dalam menarik minat dan keputusan jama'ah menggunakan jasa manasik di KBIH Lampung Timur.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, peneliti sangat tertarik untuk melakukan analisa

¹⁵ Subianto, Totok. *Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Vol 3 No. 3 Jurnal Ekonomi Modernisasi, 2017, 5.

penelitian yang tertuang dalam judul ***"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Di Lampung Timur"***

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka fokus penelitian peneliti yaitu perilaku konsumen dan subfokus dalam penelitian ini yaitu mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dirumuskan rumusan masalah penelitian ini diantaranya :

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur?
dan
2. Bagaimana proses faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur, dan
2. Untuk mengetahui bagaimana proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka manfaat penelitian ini diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menambah khasanah intelektual dalam bidang Ekonomi Syari'ah pada umumnya, khususnya memberikan referensi dan masukan bagi kalangan akademisi berikutnya untuk menjadi bahan dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syari'ah, terfokusnya pada pengembangan ilmu perilaku konsumen dan keterkaitannya terhadap bagaimana proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi dalam memilih suatu produk jasa.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini diantaranya :

- a. Bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), manfaat penelitian ini dapat menambah khasanah intelektual pada bidang

ilmu perilaku konsumen dalam upaya menarik minat konsumen dan mempengaruhi penetapan pilihan dalam menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) sebagai wadah jasa manasiknya khususnya bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan umumnya bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di wilayah lain.

- b. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi bagi para calon konsumen tentang pentingnya menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih jasa manasik.
- c. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman dan menambah wawasan khususnya dalam penerapan ilmu Ekonomi Syari'ah dalam merealisasikan ilmu perilaku konsumen terutama dalam kajian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan bagaimana proses faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).

F. Penelitian Relevan

Dari beberapa tinjauan peneliti terdahulu yang telah peneliti baca, ada banyak pendapat yang harus diperhatikan dan menjadi

pertimbangan selanjutnya. Setelah mengadakan kajian pustaka, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Kajian yang hampir serupa dengan penelitian peneliti adalah:

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti, Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Saya	Publication
1.	Pinki Rani, 2014	<i>Factors influencing consumer behavior</i>	Metode Kualitatif	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dan proses pembelian konsumen	Factor-factor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yaitu factor budaya, factor social, factor pribadi dan factor psikologi, sedangkan tahapan proses pembelian konsumen meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku	Pada Penelitian saya tidak hanya menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses pembelian konsumen namun dalam proses pengambilan keputusan ini dijelaskan lebih mendetail serta mengelompoknya dalam hasil type atau jenis konsumen.	<i>International Journal Of Current Reseach and Akademik Review Vol.2, Issue 9 September 2014</i>

No	Nama Peneliti, Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Saya	Publication
					pasca pembelian ¹⁶		
2.	N. Kavitha, G. Saran, G. Vignesh Ram, 2023	<i>Factors Influencing Consumer Buying Behaviour in Modern Era</i>	Metode Kualitatif	Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk membeli suatu produk. model kotak hitam pembeli yang membantu pembeli menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen.	Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen yaitu Faktor Psikologis Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Ekonomi. Pada model kotak hitam, keputusan pembelian konsumen didasarkan pada sikap, preferensi, dan perasaan pembeli. ¹⁷	Pada penelitian saya terfokus pada faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan menguraikan proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.	<i>RePEc: Research Papers in Economics, vol. 11, no. 3, Juli 2023</i>
3.	Widya Rambli, 2015	<i>The Influence Of Consumer Behavior On Purchase Decision Xiaomi Cellphone</i>	Metode Kuantitatif	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yaitu teori faktor sosial,	Faktor sosial, budaya, personal, dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan	Pada penelitian peneliti menganalisis antara teori faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen serta proses	<i>Jurnal EMBA 917 Vol.3 No.2 Juni 2015</i>

¹⁶ Pinki Rani, *Factors influencing consumer behavior*. International Journal Of Current Research and Akademik Review Vol.2, Issue 9 September 2014, 2.

¹⁷ N. Kavitha, G. Saran, G. Vignesh Ram. *Factors Influencing Consumer Buying Behaviour in Modern Era*. RePEc: Research Papers in Economics, vol. 11, no. 3, Juli 2023, 14.

No	Nama Peneliti, Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Saya	Publication
		<i>In Manado</i>		budaya, personal, dan psikologis	terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan faktor budaya, personal, dan psikologis secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. ¹⁸	pembelian konsumen dengan menjelaskan temuan dan pengembangan teori baru sesuai fakta di lapangan dan menguraikan bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen	
4.	S V Nathan, 1997	<i>Dimensions of Marital Roles in Consumer Decision-making</i>	Metode Kuantitatif	Pengaruh social, budaya, keluarga terhadap pembelian konsumen	Pengaruh social, budaya, keluarga terhadap pembelian konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ¹⁹	Pada Penelitian saya tidak hanya menganalisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian tetapi juga menguraikan dan menganalisis	<i>Journal of Marketing Research</i> <u>Vol. 13, No. 1</u> , March 1997

¹⁸ Widya Rambli. *The Influence Of Consumer Behavior On Purchase Decision Xiaomi Cellphone In Manado*. Jurnal EMBA 917 Vol.3 No.2 Juni 2015, 7.

¹⁹ S V Nathan. *Dimensions of Marital Roles in Consumer Decision-making*. Journal of Marketing Research [Vol. 13, No. 1](#), March 199, 3.

No	Nama Peneliti, Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Saya	Publication
						proses faktor tersebut mempengaruhi dalam pengambilan atau penetapan keputusan pembelian konsumen.	

Dari hasil penelitian yang berbeda dan telah dipaparkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa fokus penelitian ini adalah membahas dua sub pembahasan yaitu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses faktor tersebut dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Kajian ini belum pernah ada yang mengkaji terkait objek penelitian yaitu penguraian analisis proses faktor perilaku konsumen dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dan lokasi penelitian peneliti sehingga dapat menjadi pembaharuan atau *Novelty* dari hasil penulisan penelitian yang terdahulu.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih lanjut mengenai bagaimana penulisan dalam penelitian Tesis ini, maka peneliti mengelompokkannya dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pada Bab 1 menjelaskan tentang Pendahuluan penelitian, terdiri dari:

1. Latar Belakang Masalah

Latar Belakang Masalah dalam penelitian ini yaitu adanya ketidaksesuaian teori peneliti sebelumnya dengan fakta yang ada di lapangan, sehingga menjadi daya tarik bagi peneliti untuk memecahkan masalah dan memberikan solusi atas segala permasalahan yang ada di lapangan.

2. Fokus dan Subfokus Penelitian

Fokus penelitian peneliti yaitu perilaku konsumen, Sedangkan subfokus penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan Bagaimana proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

3. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini meliputi Apa Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan Bagaimana proses faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi konsumen menetapkan pilihan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan Bagaimana proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi konsumen untuk menetapkan pilihan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis

ditujukan bagi akademis selanjutnya dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syari'ah, sedangkan manfaat praktis ditujukan kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) agar menjadi evaluasi dalam strategi menarik minat konsumen, kepada masyarakat (calon konsumen) agar menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih suatu produk jasa sesuai dengan prinsip ekonomi syari'ah, dan menjadi pengembangan ilmu peneliti dalam sumbangsihnya menerapkan ilmu yang telah di dapat selama masa studi.

6. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan meliputi beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dengan adanya perbedaan dan pengembangan penelitian.

7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini meliputi gambaran singkat penulisan penelitian dari awal hingga akhir.

BAB II : Pada Bab II menjelaskan mengenai Tinjauan Pustaka dalam penelitian meliputi :

1. Teori Perilaku Konsumen

Teori ini meliputi sub point teori Pengertian Perilaku Konsumen dalam Konsumsi Jasa, Etika dan Prinsip Perilaku Konsumsi Jasa dalam Perspektif Islam, Pentingnya memahami Perilaku Konsumsi Jasa dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Jasa.

2. Teori Pengambilan Keputusan

Teori ini meliputi sub point teori Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa, Etika dan Prinsip Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa menurut Perspektif Islam, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa dan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.

BAB III : Pada Bab III menjelaskan mengenai Metode Penelitian meliputi :

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan peeneliti yaitu *field research* atau penelitian lapangan sedangkan sifat penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif.

2. Latar dan Waktu Penelitian

Latar atau tempat penelitian yang diteliti adalah kediaman konsumen yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Sedangkan waktu penelitian yang digunakan peneliti yaitu dimulai dari wawancara yang dilakukan pada 15 Mei 2024 sebagai persiapan penulisan proposal hingga selesai dalam penelitian dan penyusunan tesis.

3. Data dan Sumber Data

Sumber data Primer dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara kepada jama'ah haji yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur, staff pengurus Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur serta staff teknis Penyelenggara Haji dan Umrah, Kementerian Agama Lampung Timur. Sedangkan data sekundernya adalah dokumentasi saat wawancara sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), literatur penunjang seperti jurnal, buku, jurnal dan data arsip sampel

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan Penyelenggara Haji dan Umrah Lampung Timur.

4. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap konsumen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Lampung Timur dan Penyelenggara Haji dan Umrah Lampung Timur secara *purposive sampling*. Sedangkan dokumentasi meliputi kegiatan manasik Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur, data arsip Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan Penyelenggara Haji dan Umrah Lampung Timur.

5. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Peneliti menjelaskan bagaimana keabsahan data yang mencakup kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan komfirmabilitas. Dalam komfirmabilitas, peneliti menggunakan metode triangulasi data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

6. Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan yang bersifat *induktif*.

BAB IV : Bab ini meliputi Hasil Penelitian dan Pembahasan diantaranya:

1. Gambaran Umum Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur.
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur
3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

BAB V : Bab ini meliputi Kesimpulan dan Rekomendasi.

Kesimpulan menguraikan hasil dari penelitian dan pembahasan peneliti sedangkan rekomendasi berisi saran dan masukan atau evaluasi bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur dalam menjawab permasalahan atau persoalan yang ada di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumsi Jasa

Konsumen merupakan seseorang yang membeli pada seorang produsen berupa barang atau jasa.¹ Mempelajari dan memahami konsumen sama halnya mempelajari dan memahami perilaku manusia atau konsumen. Konsumsi jasa seorang Muslim berarti seorang Muslim menggunakan atau mengonsumsi pembelian jasa sesuai dengan hukum syari'ah yang ada.

Dalam pandangan ekonomi Islam, perilaku konsumsi jasa menggambarkan tindakan individu atau kelompok dalam memilih dan menggunakan layanan dengan berpedoman pada nilai-nilai syariah. Hal ini mencakup prinsip keadilan, kejujuran, kemanfaatan, serta menjauhi segala bentuk larangan syariat seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*.

Beberapa pengertian perilaku konsumen dalam mengonsumsi pembelian jasa menurut beberapa ahli Ekonomi Islam diantaranya:

¹ Setawan, Zunan dkk. *Perilaku Konsumen (Panduan Praktis untuik Pemasaran yang Sukses)*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023, 10.

- a. Menurut Umer Chapra, perilaku konsumsi dalam Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan secara proporsional antara kepentingan duniawi dan ukhrawi.

*"Islamic consumption behavior should aim at realizing the maqasid al-shariah (tujuan syariah), such as preservation of religion, life, intellect, lineage, and wealth."*²

Konsumsi tidak hanya difokuskan pada aspek materi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual. Perilaku konsumsi dalam Islam seharusnya mengarah pada tercapainya *maqasid al-shariah* (tujuan syariah), seperti menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

- b. Menurut M.A. Mannan, perilaku konsumsi jasa perspektif Islam

*"Consumer behavior in an Islamic economy is not only regulated by market forces but also guided by Islamic ethical norms"*³.

Suatu pemenuhan kebutuhan jasa dengan memperhatikan prinsip *halal* dan *thayyib* serta menghindari *israf* (pemborosan) dan *tabdzir* (penghamburan).

- c. Menurut Zainal Abidin, perilaku konsumsi jasa dalam Islam yaitu

"Konsumen Muslim tidak bebas secara mutlak, ia terikat oleh norma-norma syaria'ah dalam memilih dan menggunakan jasa."⁴

² Chapra, M. Umer. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, Islamic Foundation, 2000, 22.

³ M.A. Mannan, *"Islamic Economics: Theory and Practice"*, 1990, 57.

⁴ Abidin, Zainal. "Ekonomi Islam: Suatu Kajian Teoritis dan Praktis". 2015, 89.

Pemenuhan kebutuhan jasa yang mencerminkan sikap tanggung jawab sebagai khalifah di muka bumi, dimana konsumen tidak hanya berorientasi pada kepuasan pribadi, tapi juga mempertimbangkan maslahat (kemanfaatan) umum.

2. Etika dan Prinsip Perilaku Konsumsi Jasa dalam Perspektif Islam

Perilaku konsumen yang didasarkan pada syari'at islam memiliki perbedaan mendasar dibandingkan dengan teori konvensional. Perbedaan ini mencakup nilai-nilai dasar yang menjadi landasan teori, motif dan tujuan konsumsi, serta metode pemilihan dan pengalokasian anggaran untuk konsumsi.⁵

Dalam ekonomi konvensional, tujuan konsumsi dikenal dengan istilah *utilitas*, sementara dalam ekonomi Islam, terdapat konsep *maslahah*. Etika perilaku konsumen dalam Islam mengedepankan prinsip termasuk dalam hal konsumsi, yaitu berhemat dan menghindari tindakan yang boros (*israf*). Hal ini diarahkan untuk memenuhi kebutuhan hidup (*needs*) daripada sekadar memuaskan keinginan (*wants*).

⁵ Sri Wiganti, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Vol.01, No.01, 2011, 30.

Prinsip pokok dalam perilaku konsumsi dalam Islam, yaitu :

- a. Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam merupakan kehendak untuk mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor psikis buatan dengan tujuan untuk membiasakan energi manusia untuk tujuan spiritual.
- b. Anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.⁶
- c. Secara mendasar kebutuhan manusia dapat digolongkan ke dalam tiga macam yaitu barang untuk keperluan pokok, Barang untuk keperluan kesenangan, serta barang untuk keperluan kemewahan.⁷ Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam *maqasid al-syari'ah* dengan istilah *daruriyyah*, *hajjiyyah*, dan *tahsiniyyah*.
- d. Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal yang terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap

⁶ Aldila, Septiana. *Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam*, DINAR, Vol. 1 No. 2, 2015, 1.

⁷ Setawan, Zunan dkk. *Perilaku Konsumen (Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses)*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023, 50.

moderat dalam pola berkonsumsi yang dituntun oleh sikap yang selalu mementingkan bersama konsumen Muslim yang lain.

Muhammad Muflih dalam jurnal Kurniati menambahkan bahwa perbedaan utama perilaku konsumen muslim terletak pada adanya saluran penyeimbang untuk kebutuhan individu, yang dikenal sebagai saluran konsumsi sosial, seperti zakat dan sedekah. Perilaku ini juga diatur oleh ketentuan syari'at.⁸ Prinsip utama perilaku konsumsi dalam Islam berfokus pada usaha untuk mengurangi kelebihan keinginan biologis yang dipicu oleh faktor psikologis, dengan tujuan membiasakan manusia untuk lebih mendekatkan diri pada aspek spiritual.

Menurut Munrokhim Misanam dalam jurnal Kurniati, perilaku konsumen Muslim dipengaruhi oleh konsep berkah⁹, yang merupakan hikmah yang telah dijanjikan oleh Allah, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an (Q.S. Al A'raf : 96) yang berbunyi:

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾

⁸ Setawan, Zunan dkk. *Perilaku Konsumen (Panduan Praktis untuik Pemasaran yang Sukses)*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023, 51.

⁹ Munrokhim Misanam dalam jurnal Kurniati, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, No 1, 2016, 49.

Artinya : *“Dan sekiranya penduduk negeri beriman dan bertakwa, pasti kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi ternyata mereka mendustakan (ayat-ayat kami), maka Kami siksa mereka sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan” (Q.S. Al A'raf : 96).*

Secara umum, Q.S. Al-A'raf berbicara tentang umat-umat terdahulu yang menerima utusan Allah dengan berbagai macam respons. Sebagian dari mereka menerima dan mengikuti, sementara sebagian lain mengingkari, mendustakan, dan menolak ajaran-ajaran yang disampaikan oleh para nabi. Ayat-ayat ini, termasuk ayat 96, merupakan pengingat kepada umat manusia tentang akibat dari ketaatan atau ketidaktaatan kepada Allah.¹⁰ Dalam konteks Al-A'raf: 96, pesan yang disampaikan adalah bahwa jika suatu kaum atau penduduk Negeri beriman dan bertakwa, mereka akan mendapatkan berkah dari langit dan bumi. Namun, jika mereka menolak peringatan Allah dan memilih jalan yang sesat, mereka akan mendapatkan siksa sebagai akibat dari perbuatan mereka.

Pendapat Para Ahli menafsirkan bahwa Q.S Al-A'raf: 96 menegaskan pentingnya keimanan dan ketakwaan sebagai landasan untuk memperoleh keberkahan dan kesejahteraan.¹¹ Mereka menekankan bahwa berkah ini mencakup rezeki yang cukup,

¹⁰ Kementerian Agama RI. *Tafsir Ringkas*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. 2016, 390.

¹¹ Abdullāh Ibn 'Abbās, *Tanwīr al-Miqbās min Tafsīr Ibn 'Abbās*. Royal Aal al-Bayt Institute for Islamic Thought. 2007, 225.

kedamaian, dan stabilitas hidup, sedangkan dosa dan keingkaran menyebabkan bencana dan kesulitan. Ayat ini mengingatkan bahwa kesejahteraan umat manusia terkait erat dengan sikap mereka terhadap perintah Allah. Ibn Abbas dalam *Tanwir Miqbas* menafsirkan Q.S Al-Araf ayat 96:

التي أهلكنا أهلها { آمَنُوا } بالكتاب والرسول { واتقوا } وتابوا {
لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ } بالمطر { والأرض } بالنبات والثمار
{ ولكن كَذَّبُوا } رسلي وكتبي { فَأَخَذْنَاهُمْ } بالقحط والجذوبة
والعذاب { بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ } يكذبون الأنبياء والكتب

Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri, yang penduduknya Kami hancurkan, mereka beriman kepada Kitab Allah, Rasul-Rasul dan bertakwa, yaitu meninggalkan kekufuran, kesyirikan, perbuatan keji dan bertaubat, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit berupa hujan dan dari bumi dengan tumbuh-tumbuhan dan buah-buahan. Tetapi mereka mendustakan (Ayat-Ayat Kami) itu, yaitu mendustakan Rasul-Rasul Kami dan Kitab-Kitab Kami, maka Kami siksa mereka dengan paceklik dan bencana disebabkan perbuatannya, yaitu mendustakan para Nabi dan Kitab.¹²

¹² Abdullāh Ibn 'Abbās, *Tanwīr al-Miqbās min Tafsīr Ibn 'Abbās*. Royal Aal al-Bayt Institute for Islamic Thought. 2007, 228.

Sedangkan penafsiran Ibn Katsir terhadap Q.S Al-A'raf ayat 96 secara ringkas disebutkan oleh Imam Ali Ash Shabuni dalam Mukhtashar Ibn Katsir sebagai berikut:¹³

{وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا} أي آمنت قلوبهم بما جاء به الرسل، وصدقت به واتبعوه، وَاتَّقُوا بِفِعْلِ الطَّاعَاتِ وَتَرَكِ الْمُحَرَّمَاتِ {لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ}، أَيِ قَطَرِ السَّمَاءِ وَنَبَاتِ الْأَرْضِ، وَقَالَ تَعَالَى: {وَلَكِنْ كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُمْ بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ} أَيِ وَلَكِنْ كَذَّبُوا رُسُلَهُمْ فَعَاقَبْنَاهُمْ بِالْهَلَاكِ عَلَىٰ مَا كَسَبُوا مِنَ الْمَآثِمِ وَالْمَحَارِمِ

Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri itu beriman dan bertakwa, maksudnya adalah hati mereka beriman kepada apa yang dibawa oleh rasul-rasul Allah, membenarkannya dan mengikutinya. Kemudian mereka bertaqwa dengan melaksanakan ketaatan-ketaatan dan meninggalkan keharaman-keharaman, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi. Artinya Allah akan menurunkan hujan dari langit dan menumbuhkan tanaman dari bumi. Firman Allah selanjutnya: Tetapi mereka mendustakan (Ayat-Ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya, maksudnya adalah akan tetapi mereka mendustakan rasul-rasul (yang diutus) untuk mereka.

¹³ Abdullāh Ibn 'Abbās, *Tanwīr al-Miqbās min Tafsīr Ibn 'Abbās*. Royal Aal al-Bayt Institute for Islamic Thought. 2007, 230.

Maka Kami menyiksa mereka dengan kehancuran, sebagai akibat perbuatan yang mereka lakukan berupa dosa dan keharaman.¹⁴

Keterkaitan tafsir dari Q.S Al-A'raf : 96 dengan Perilaku Konsumen yaitu memberikan beberapa pelajaran penting yaitu implementasi dalam menjadi konsumtif atau berperilaku konsumen diantaranya :

a. Keberkahan Melalui Konsumen yang Bertakwa

Ayat ini menekankan pentingnya keimanan dan ketakwaan sebagai landasan kehidupan. Dalam konteks perilaku konsumen, hal ini berarti bahwa seorang Muslim harus mengutamakan produk dan layanan yang halal, serta menghindari konsumsi yang berlebihan dan merusak, demi mendapatkan keberkahan dalam hidup.

b. Konsumsi yang Bertanggung Jawab

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumen tidak hanya didasari pada pemenuhan kebutuhan fisik semata tetapi juga pada tanggung jawab spiritual dan sosial. Beriman dan bertakwa melibatkan pengelolaan harta dan sumber daya secara adil dan seimbang, memastikan bahwa apa yang dikonsumsi tidak

¹⁴ Imam Ali Ash Shabuni dan Mukhtashar Ibn Katsir. *Tafsir Terjemah*. Beirut-Libanon: Dar Alqur'an Alkarim. 2007, 30.

menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri, orang lain, dan lingkungan.

c. Dampak konsumsi yang tidak bertakwa

Ayat ini juga memberikan peringatan bahwa perilaku yang mengabaikan ajaran agama atau melibatkan unsur dosa, seperti berfoya-foya, memboroskan sumber daya, atau menggunakan harta untuk hal yang tidak halal, dapat mengundang kesulitan dan siksaan dari Allah. Ini mengajarkan umat Islam untuk selektif dalam memilih produk dan layanan, memastikan bahwa pilihan mereka mencerminkan etika dan nilai Islam.

4. Kesadaran akan karunia Allah dan tidak serakah

Ketakwaan juga mengarahkan seorang Muslim untuk merasa cukup dan tidak serakah. Keberkahan dari langit dan bumi yang dijanjikan Allah dapat berarti bahwa mereka yang bersyukur dan tidak serakah akan merasakan kecukupan dan ketenangan dalam hidup mereka.¹⁵ Secara keseluruhan, ayat ini mengajak kita memahami bahwa perilaku konsumsi dalam Islam bukan hanya soal memenuhi keinginan dan kebutuhan pribadi,

¹⁵ Imam Ali Ash Shabuni, dan Mukhtashar Ibn Katsir. *Tafsir Terjemah*. Beirut-Libanon: Dar Alqur'an Alkarim. 2007, 31.

tetapi juga menjaga etika, ketakwaan, dan keseimbangan agar dapat memperoleh keberkahan dari Allah.

Keterkaitan ayat ini dengan konteks peneliti yaitu pentingnya menjadi jama'ah haji yang cerdas dalam memilih dan mengamankan manasik haji ke Baitullah, menjadi dan berperilaku konsumen yang cerdas, bijak memilih lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), tidak mendukung hal-hal yang mengambil keuntungan secara berlebih, melihat aspek kejujuran, tanggungjawab dan menghindari sesuatu yang merugikan diri sendiri terutama dalam bertransaksi contohnya potensi-potensi kecurangan suatu lembaga atau penipuan dana jama'ah, memilih produk layanan sesuai dengan nilai dan etika islam.

Pada penelitian ini, perilaku jama'ah yang cerdas sesuai etika dan prinsip ekonomi islam akan menjadi faktor dan tolak ukur konsumen dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) sehingganya ibadah haji sebagai paripurna menjadi lebih berkah dengan rekapitulasi kegiatan yang bagus dalam pelayanan, terhindar dari unsur penipuan maupun pengambilan keuntungan yang berlebih dari pihak lembaga.

3. Pentingnya Memahami Perilaku Konsumsi Jasa

Memahami perilaku konsumen adalah kunci penting untuk mengenali kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dengan lebih baik. Pengetahuan mendalam tentang konsumen dapat memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk jasa yang ditawarkan oleh pemasar.¹⁶ Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Bagi perusahaan, memahami perilaku konsumen sangat penting agar layanan jasa yang ditawarkan tepat sasaran dan mampu bersaing dalam jangka panjang.

Selain itu, pemahaman ini juga krusial bagi manajer pemasaran untuk menentukan strategi yang tepat dalam menarik pelanggan, baik sebelum maupun sesudah mereka melakukan pembelian. Memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak hanya sebatas mengetahui hal-hal yang dilarang, tetapi juga memahami konsep moderasi dalam pola konsumsi yang mengedepankan kepentingan bersama di antara konsumen muslim. Penekanan lebih pada kandungan berkah dalam produk, bukan hanya pada harga. Dengan memahami perilaku konsumen Muslim, pemasar dapat lebih baik memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen Muslim,

¹⁶ Nanda, Adli dkk. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen: Produk, Harga, Pelayanan, dan Lokasi*. Jurnal Ilmu Multidisiplin, Vol. 1, No. 2, 2022, 2.

yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sesuai dengan unsur syari'at.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan juga bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sesuai dengan target pasar, dalam hal ini mangsa pasar dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yaitu seorang Muslim. Memahami perilaku konsumen Muslim mencakup pemahaman tentang individu, kelompok, dan organisasi Muslim dalam hal membeli, menggunakan, dan mengevaluasi jasa setelah pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagai pemasar, perusahaan menghadapi tantangan dalam mempengaruhi pelanggan atau konsumen untuk membeli jasa yang mereka tawarkan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Jasa

Banyak aspek yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian jasa. Kebanyakan dari aspek tersebut berada di luar kendali pemasaran, tetapi tetap perlu diperhatikan. Secara umum, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen baik produk maupun jasa dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Menurut Setiadi, faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap perilaku

konsumen mencakup motivasi, kepribadian, cara berbelanja, sikap, dan persepsi konsumen. Selain itu, faktor-faktor eksternal juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang mencakup kebudayaan khusus (*subkultur*), kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga.¹⁷ Memahami perilaku konsumen jasa seorang Muslim menjadi landasan penting dalam merumuskan kebijakan pemasaran yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen Muslim, sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan Muslim berorientasi pada *kemaslahatan*.

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi jasa menurut pakar Ekonomi Islam :

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan elemen yang berasal dari individu itu sendiri dan berperan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Dalam pandangan ekonomi Islam, faktor ini mencakup tidak hanya aspek psikologis dan logis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai spiritual dan moral.¹⁸ Faktor psikologi dalam mempengaruhi perilaku konsumen jasa seorang Muslim berasal dari motivasi dari dirinya sendiri, persepsi, pembelajaran

¹⁷ J. Nugroho, Setiadi. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2011, 57.

¹⁸ Kahf, M. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology*. *Review of Islamic Economics*, 13(2), 2004, 23–47.

dari pengalaman yang ada dan keyakinan atau sikap seorang internal Muslim.¹⁹

a. Motivasi dan Tujuan Konsumsi (*Niyyah*)

Niat merupakan komponen penting dalam ajaran Islam. Konsumsi seharusnya didorong oleh keinginan untuk memperoleh kebaikan, bukan untuk memperlihatkan kemewahan atau status sosial.²⁰ Konsumen Muslim yang memiliki niat tulus akan cenderung lebih berhati-hati dalam memilih jasa yang memberi manfaat baik secara duniawi maupun *ukhrawi*.

b. Pengetahuan Keagamaan (Ilmu dan Fikih Konsumen)

Semakin luas pemahaman seseorang terhadap prinsip-prinsip Islam, semakin besar pula kemampuannya dalam membuat keputusan konsumsi yang sesuai dengan syariah.²¹

Konsumen perlu memahami perbedaan antara jasa yang diperbolehkan (halal) dan yang dilarang (haram), serta mengerti pentingnya kemaslahatan.

²⁰ Al-Ghazali, A. H. M. (2005). *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 2005, 87.

²¹ Beekun, R. I. *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT). 1997, 256.

c. Etika dan Moral Konsumen

Islam menekankan pentingnya etika dalam aktivitas ekonomi. Sifat jujur, menjauhi pemborosan (*israf*), dan tidak mencari pujian (*riya'*) akan membentuk perilaku konsumsi yang bertanggung jawab.²²

d. Emosional dan Karakter Pribadi

Dalam Islam, emosi harus tetap berada di bawah kendali akal. Keputusan konsumsi idealnya didasarkan pada pertimbangan yang logis dan etis, bukan semata-mata dorongan sesaat.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah pengaruh dari luar individu,²³ seperti lingkungan sosial, budaya, dan kondisi ekonomi, yang turut membentuk keputusan konsumsi terhadap jasa.

a. Lingkungan Sosial dan Budaya

Lingkungan dengan nilai-nilai keagamaan yang kuat dapat mendorong terbentuknya kebiasaan konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam. Faktor seperti pengaruh keluarga, teman, dan masyarakat akan memengaruhi pemilihan jasa oleh konsumen.

²² Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. 2000, 34.

²³ Kahf, M. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology*. Review of Islamic Economics, 13(2), 2004, 48.

b. Akses terhadap Informasi dan Edukasi

Informasi yang akurat serta edukasi mengenai prinsip-prinsip syariah sangat dibutuhkan agar konsumen dapat membuat keputusan yang sesuai dengan nilai Islam.

c. Keadaan Ekonomi dan Tingkat Pendapatan

Dalam pandangan Islam, kemampuan finansial seseorang harus disertai dengan kesadaran tanggung jawab dalam konsumsi. Islam memperbolehkan menikmati jasa, namun tetap dalam batas kewajaran dan sesuai dengan tujuan kemaslahatan.

d. Pengaruh Iklan dan Media

Media dan strategi pemasaran dapat memengaruhi selera serta pilihan konsumen. Dalam Islam, promosi tidak boleh mengandung unsur penipuan atau manipulasi²⁴. Konsumen Muslim dituntut untuk bersikap kritis dan bijak dalam menyikapi berbagai bentuk promosi jasa.

B. Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa

Keputusan yang diambil oleh individu Muslim terhadap suatu masalah sangat dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh individu Muslim itu sendiri. Dalam proses pengambilan keputusan,

²⁴ Hasan, Z. *Islamic Consumer Behavior: Empirical Research on the Muslim Worldview*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(1), 2008, 24-25.

fokus utama biasanya adalah pada tujuan yang ingin dicapai. Sebenarnya, pengambilan keputusan merupakan interaksi yang berkelanjutan antara berbagai faktor lingkungan, kognitif, afektif, dan perilaku.²⁵ Apapun yang di alami konsumen terutama dalam lingkungannya akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen itu sendiri.

1. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa

Keputusan berfungsi sebagai alat untuk mencapai hasil tertentu atau menyelesaikan masalah. Keputusan dihasilkan dari proses pemikiran dan pertimbangan yang telah dilakukan. Pengambilan keputusan sangat krusial bagi setiap individu, dan pengetahuan diperlukan untuk setiap tindakan yang diambil. Beberapa pengertian pengambilan keputusan menurut beberapa ahli diantaranya :

- a. Menurut Nugroho, pengambilan keputusan konsumsi jasa adalah proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satu dari opsi tersebut.²⁶ Hasil dari proses integrasi ini adalah pilihan

²⁵ Limakrisna, Nandan dan Supranto. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi kedua*, Mitra Wacana Media : Jakarta, 2021, 211

²⁶ J. Nugroho, Setiadi. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2011, 65.

yang ditampilkan secara kognitif sebagai keinginan untuk berperilaku.

- b. Menurut Churcuman yang dikutip oleh Umar Dhadan, pengambilan keputusan adalah aktivitas manajemen yang melibatkan pemilihan tindakan dari sekumpulan alternatif yang telah dirumuskan sebelumnya untuk mengatasi masalah atau konflik dalam manajemen.²⁷ Dalam pengambilan keputusan konsumsi jasa, seorang Muslim mengambil keputusan dalam konteks sebagai pola solusi atas dasar kemaslahatan.
- c. Menurut Burch dan Strater yang juga dikutip oleh Umar Dhadan, keputusan adalah pilihan yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²⁸ Ketika membuat keputusan berarti memutuskan satu langkah lebih dekat dengan tujuan.

Para ahli Ekonom Islam membedakan suatu keputusan konsumsi jasa dibagi menjadi dua, yaitu keputusan terprogram dan tidak terprogram dalam pembelian jasa.

a. Keputusan Terprogram

Keputusan terprogram merujuk pada tindakan yang dilakukan secara rutin dan berulang, berdasarkan pola atau

²⁷ Churcuman, dalam Umar Dhadan. *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo. 2011, 34

²⁸ Burch dan Strater, dalam Umar Dadan. *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, 34.

kebiasaan yang telah terbentuk sebelumnya. Dalam konteks konsumsi jasa, hal ini terjadi ketika seseorang sudah terbiasa memanfaatkan jasa tertentu secara berkala, seperti menggunakan transportasi umum, jasa kebersihan, atau layanan perawatan pribadi.

- 1). Monzer Kahf menyatakan bahwa keputusan konsumsi yang dilakukan secara berulang tetap harus melewati penyaringan moral, agar tetap sesuai dengan nilai Islam.²⁹
- 2). Umer Chapra mengingatkan bahwa rutinitas dalam konsumsi tidak boleh membuat individu lalai terhadap tanggung jawab sosial dan spiritual yang melekat dalam setiap pilihan konsumsi.³⁰

Dalam Islam, keputusan yang bersifat kebiasaan tetap harus berlandaskan prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan, niat yang baik, dan kebermanfaatan. Kendati keputusan tersebut dilakukan secara berulang, konsumen tetap dituntut untuk mempertimbangkan nilai-nilai etika dan spiritual dalam praktik konsumsi.

²⁹ Kahf, M. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology*. *Review of Islamic Economics*, 2004, 23.

³⁰ Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. 2000, 55.

b. Keputusan Tidak Terprogram

Keputusan tidak terprogram merupakan jenis keputusan yang bersifat tidak rutin, sering kali muncul secara *insidental*, dan membutuhkan analisis yang lebih kompleks.³¹ Contohnya termasuk penggunaan jasa pendidikan khusus, konsultasi hukum, atau layanan ibadah seperti umrah dan haji untuk pertama kalinya.

- 1). Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya *muhasabah* (refleksi diri) dan *tamyiz* (kemampuan membedakan yang benar dan salah) dalam proses pengambilan keputusan besar.³²
- 2). Umer Chapra menambahkan bahwa dalam menghadapi keputusan yang tidak terprogram, konsumen harus mengedepankan tujuan-tujuan syariah (*maqasid al-shariah*) agar keputusan yang diambil memberikan manfaat luas dan tidak menimbulkan dampak negatif.³³

³¹ Kahf, M. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology. Review of Islamic Economics*, 2004, 24.

³² Al-Ghazali, A. H. M. *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 2005, 87.

³³ Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. 2000, 98.

2. Etika dan Prinsip Pengambilan Keputusan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mengidentifikasi masalah yang dihadapi, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa efektif setiap alternatif dalam menyelesaikan masalah tersebut, yang akhirnya mengarah pada keputusan untuk membeli suatu jasa.³⁴ Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut pengambilan keputusan atau transaksi jual beli, sesuai dengan yang terkandung dalam Q.S An-Nisa':4 ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa': 29)³⁵

³⁴ Tjiptono dalam Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, *Pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, 6, No.1, 2017: 663.

³⁵ Imam Ali Ash Shabuni dan Mukhtashar Ibn Katsir. *Tafsir Terjemah*. Beirut-Libanon: Dar Alqur'an Alkarim. 2007, 7.

a. Masalah dalam Pengambilan Keputusan Islami

Syari'ah Islam bertujuan agar manusia dapat mencapai dan menjaga kesejahteraan. Saat ini, pola konsumsi lebih berfokus pada pemenuhan keinginan material dibandingkan dengan kebutuhan lainnya. Perilaku Pengambilan Keputusan yang Islami, berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan hadis, seharusnya berlandaskan pada rasionalitas yang diperkuat, yang menggabungkan keyakinan akan kebenaran yang melebihi batasan rasionalitas manusia.³⁶

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan kepentingan pribadi adalah ketidak tercapaiannya keseimbangan umum. Hal ini mengakibatkan munculnya berbagai ketimpangan dalam masalah sosial ekonomi. Dalam ekonomi Islam, tujuan utama adalah mencukupi kebutuhan, bukan hanya memenuhi kepuasan atau keinginan.³⁷ Usaha untuk mencapai tujuan ini merupakan salah satu kewajiban dalam beragama (mashlahah).

³⁶ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2011, 61.

³⁷ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2011, 63.

b. Kebutuhan dan Keinginan

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, asalkan pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia. Semua yang ada di bumi diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar, tanpa berlebihan.³⁸ Memenuhi kebutuhan atau keinginan diperbolehkan selama hal itu dapat mendatangkan *mashlahah* dan tidak menimbulkan *mudharat*.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa

Pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu jasa dimulai dengan kesadaran akan kebutuhan dan keinginan. Setelah menyadari hal ini, konsumen Muslim akan mencari informasi tentang produk dan layanan yang diinginkan. Keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa melibatkan pemilihan satu alternatif dari berbagai pilihan yang ada. Dengan demikian, keputusan konsumen merupakan proses di mana mereka memilih satu opsi dari dua atau lebih alternatif yang tersedia saat mempertimbangkan jasa

³⁸ M. Suyanto, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2014, 130.

tertentu. Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, di antaranya:

a. Sikap Oranglain

Sikap oranglain dapat mengurangi pilihan yang disukai seseorang, dan pengurangan ini tergantung pada dua hal diantaranya :

- 1) Tingkat sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen.
- 2) Motivasi konsumen untuk mengikuti preferensi orang lain.
Semakin kuat sikap negatif tersebut, semakin besar kemungkinan konsumen mengubah keputusan pembeliannya. Sebaliknya, persepsi positif seseorang terhadap suatu produk atau jasa dapat meningkat jika orang lain juga menyukainya.

b. Situasi yang Tidak Terduga

Situasi mendesak atau tak terduga dapat memengaruhi niat konsumen dalam keputusan pembelian. Keputusan untuk menunda atau menghindari pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan. Persepsi risiko ini bervariasi tergantung pada jumlah uang yang dipertaruhkan dan tingkat kepercayaan diri konsumen. Beberapa konsumen mungkin mengembangkan kebiasaan tertentu, seperti menghindari keputusan atau

mengumpulkan informasi dari teman-teman serta memilih merek lokal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat berbeda untuk setiap konsumen, di samping jasa yang dibeli. Faktor-faktor tersebut meliputi:³⁹

1) Lokasi Penjual yang Strategis

Pembeli cenderung memilih lokasi yang strategis yang tidak memerlukan banyak waktu, tenaga, atau biaya, seperti yang mudah diakses dan dekat dengan fasilitas umum atau jalan raya.

2) Pelayanan yang Baik

Kualitas pelayanan yang diberikan selama proses pembelian hingga transaksi sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Untuk produk yang berupa jasa, pelayanan yang baik sangat penting untuk memuaskan konsumen. Pelayanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan dan memengaruhi penjualan di masa depan.

3) Kemampuan Tenaga Penjual

Tenaga kerja, baik mesin maupun manusia, memainkan peran penting dalam kegiatan pen. Oleh karena

³⁹ M. Suyanto, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2014, 35.

itu, terutama dalam berusaha perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang terampil dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

4) Iklan dan Promosi

Iklan dan promosi menjadi faktor kunci dalam keputusan konsumen untuk membeli. Meskipun suatu produk berkualitas tinggi, jika konsumen tidak mengetahui keberadaannya atau tidak yakin akan manfaatnya, mereka tidak akan membeli.

5) Penggolongan Barang

Penggolongan barang yang rapi dan tepat akan mempermudah konsumen dalam proses pembelian. penggolongan barang secara tepat dan rapi akan memudahkan konsumen di dalam melakukan pembelian.

4. Proses Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa

Proses pengambilan keputusan konsumsi jasa adalah usaha konsumen dalam mengalokasikan sumber daya yang tersedia, waktu, uang, usaha, dan energy untuk menyelesaikan masalah konsumsi jasa.⁴⁰ Dalam pengambilan keputusan, faktor psikologi sangat mempengaruhi dalam mempengaruhi keputusan pembelian jasa.

⁴⁰ Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2007, 66.

Proses psikologis dalam pengambilan keputusan konsumsi jasa menurut pakar ekonomi Islam melibatkan faktor internal manusia seperti niat, persepsi, nilai, dan motivasi spiritual, yang dipadukan dengan prinsip-prinsip syariah.⁴¹ Dalam ekonomi Islam, proses ini tidak hanya rasional dan emosional, tapi juga etis dan spiritual. Berikut adalah Tahapan Psikologis dalam Pengambilan Keputusan Konsumsi Jasa Menurut Ekonomi Islam:

a). Kesadaran akan Kebutuhan diri (*Idrak Al-Hajjah*)

Tahap awal dimulai ketika seseorang menyadari adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi. Dalam ajaran Islam, kesadaran ini hendaknya muncul dari niat yang tulus serta kebutuhan yang benar-benar diperlukan, bukan sekadar dorongan hawa nafsu. Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa kebutuhan harus diarahkan pada kemanfaatan bagi diri sendiri dan masyarakat luas, bukan pada kenikmatan dunia yang berlebihan.

*“Kebutuhan sejati adalah yang mendukung kelangsungan agama dan kehidupan.”*⁴²

⁴¹ Kahf, M. *Islamic Economics: Notes on Definition and Methodology. Review of Islamic Economics*, 2004, 49.

⁴² Al-Ghazali, A. H. M. *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 2005, 87.

b. Pertimbangan Etis dan Syari'ah (*Tamyiz al-Halal wa al-Haram*)

Sebelum membuat keputusan konsumsi, seorang Muslim wajib mempertimbangkan apakah jasa yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariah halal, baik (*thayyib*), dan bebas dari unsur riba, ketidakjelasan (*gharar*), serta perjudian (*maysir*).

*"Konsumen wajib membedakan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam dari yang bertentangan."*⁴³

Monzer Kahf menekankan bahwa penyaringan moral dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi jasa, adalah sangat penting.

Setelah kebutuhan dianggap sebagai masalah yang perlu diatasi, konsumen mulai aktif mencari informasi mengenai jasa yang dibutuhkan. Dalam pengambilan keputusan, konsumen Muslim sering melakukan pencarian informasi yang mendalam dan memproses informasi tersebut sebagai bahan pertimbangan. Namun, dalam beberapa situasi, pencarian ini mungkin hanya memerlukan usaha yang minimal. Konsumen bisa mencari informasi melalui berbagai saluran, seperti iklan di majalah, koran, televisi, atau dari teman dan keluarga. Sumber informasi

⁴³ Kahf, M. *The Role of Waqf in Improving the Ummah Welfare*. 2003. 59.

utama bagi konsumen dalam tahap ini terdiri dari empat kelompok, diantaranya:

- 1). Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga).
- 2). Sumber komersial (iklan, tenaga penjual, pedagang).
- 3). Sumber publik (media massa, organisasi penilai konsumen).
- 4). Sumber pengalaman (penggunaan atau pemeriksaan produk).⁴⁴

c. Niat dan Tujuan Konsumsi (*Niyyah wa Ghayah al-Istihlak*)

Setelah kehalalan jasa dipastikan, langkah berikutnya adalah menegaskan niat. Dalam Islam, konsumsi harus dilandasi niat yang baik untuk kemaslahatan pribadi, keluarga, dan masyarakat dan bukan didorong oleh keinginan untuk berlebih-lebihan atau memperlihatkan status. Umer Chapra menjelaskan bahwa konsumsi seharusnya diarahkan pada pencapaian *maqasid al-shariah*, seperti perlindungan terhadap agama, akal, jiwa, harta, dan keturunan.

d. Keputusan untuk Mengonsumsi (*Qarar al-Istihlak*)

Pada tahap ini, individu memutuskan untuk menggunakan suatu jasa. Dalam ekonomi Islam, keputusan ini

⁴⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2010, 235.

sebaiknya bersifat logis, bertanggung jawab, dan tidak tergesa-gesa. Muhammad Umer Chapra menegaskan bahwa pengambilan keputusan dalam Islam bukan hanya harus efisien dari segi ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dan sosial.⁴⁵ Setiap sumber berfungsi berbeda dalam memengaruhi keputusan pembelian; sumber komersial lebih fokus pada memberikan informasi, sedangkan sumber pribadi cenderung memberikan legitimasi atau evaluasi. Melalui pengumpulan informasi ini, konsumen Muslim dapat menelaah berbagai sumber informasi untuk dievaluasi nilai yang layak menurut nilai syari'ah.

d. Refleksi Setelah Konsumsi (*Muraqabah wa Muhasabah*)

Setelah menggunakan jasa tersebut, seorang Muslim dianjurkan untuk melakukan evaluasi diri mengenai apakah jasa tersebut memberi manfaat, apakah sesuai dengan prinsip Islam, dan membawa dampak positif secara moral dan sosial.

*“Orang yang bijak adalah mereka yang senantiasa mengoreksi dirinya sendiri.”*⁴⁶

⁴⁵ Al-Shatibi, I. *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shariah* (Vol. 2). Cairo: Dar al-Ma'arif. 1997, 34.

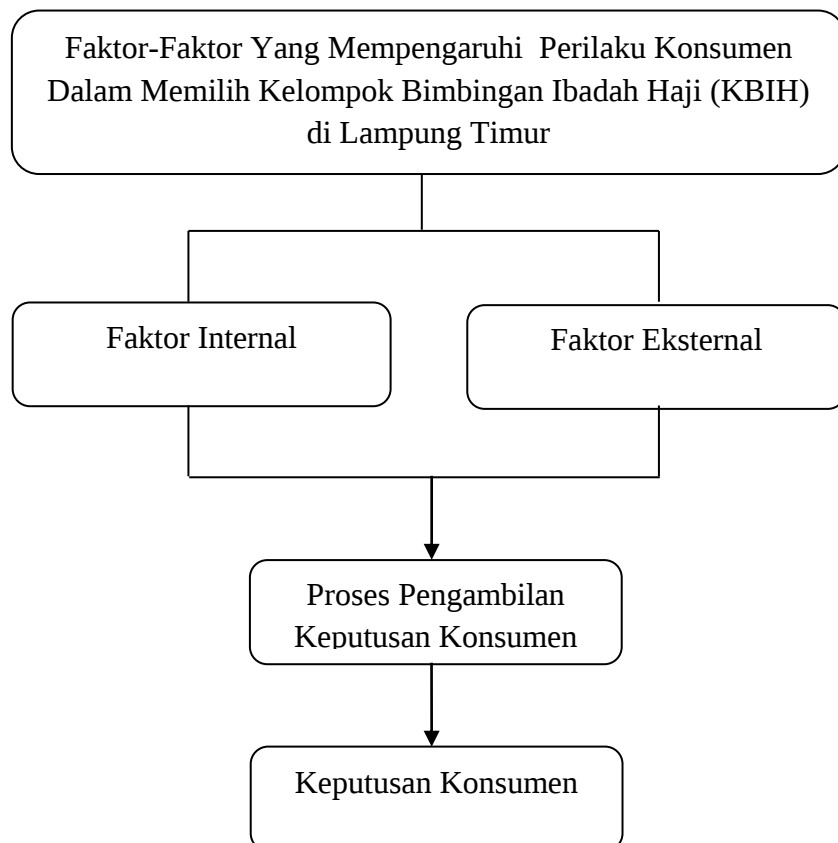
⁴⁶ Abu Hamid Al Ghazali. *Ihya 'Ulum 'Addin Bab Muhasabah wa muaqabah* Jilid 4, 2017, 267.

Imam Al-Ghazali menggarisbawahi pentingnya *muhasabah*, atau introspeksi diri, dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam perilaku konsumsi dan bertindak agar tidak mengikuti hawa nafsu semata.

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini mengkaji mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Adapun kerangka pikir yang dapat dikemukakan dalam bentuk gambar dibawah ini :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Kerangka fikir dalam penelitian ini berawal dari fenomena konsumen yang mengambil keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Implementasinya, faktor internal dan eksternal menjadi faktor yang akan diteliti secara spesifikasinya dalam proses pengambilan keputusannya sehingga konsumen semakin mantap dalam menetapkan keputusan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Sifat penelitian ini yaitu *deskriptif kualitatif* dengan metode pendekatan fenomenologis. *Deskriptif kualitatif* merupakan penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif lebih kepada penekanan makna, logika dan definisi tertentu yang lebih banyak hubungannya dalam kehidupan sehari-hari terhadap hal yang diteliti, tidak menggunakan perhitungan tetapi menganalisa dan menggambarkan data yang disusun dalam bentuk kalimat atau kata-kata.¹

Sedangkan pendekatan *fenomenologis* diartikan sebagai pengalaman *subjektif* atau pengalaman *fenomenologikal*, atau suatu studi mengenai kesadaran dari perspektif pokok seorang atau individu.² Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena bentuk penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada di lapangan, mendeskripsikan hasil penelitian secara sistematis, akurat dan nalar

¹ Abdullah, Boedi dan Ahmad Saebani, Beni. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2014, 49.

² Bado, Basri, *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah dalam Metode Penelitian Ilmiah*, Klaten: Tahta Media Group, 2022, 178.

dengan merangkai kalimat secara tepat untuk memperoleh suatu kesimpulan yang tepat.³ Sedangkan pendekatan *fenomenologis* dipilih karena berfokus pada pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjek penelitian (informan) pada fakta di lapangan.

Berdasarkan keterangan tersebut, dapat dipahami penelitian deskriptif kualitatif dari penelitian ini yakni menjelaskan mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konusmen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi dalam memilih (penetapan pilihan) Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dengan pendekatan *fenomenologisnya*.

2. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian *field research* atau penelitian lapangan, yaitu suatu penelitian yang dilakukan di suatu tempat sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai latar belakang masalah keadaan sekarang dengan interaksi lingkungan individu, kelompok maupun masyarakat guna meneliti

³ Lexy, J.Meloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014, 6.

secara langsung permasalahan yang terdapat di lapangan agar memperoleh hasil yang maksimal.⁴

Fokus kajian dalam penelitian ini yakni menganalisis tentang Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen memilih (penetapan pilihan). Adapun lokasi atau objek penelitian lapangan ini adalah 3 (tiga) sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur, dengan subjek penelitian sampel konsumen yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur tahun 2023 atau 2024.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Latar atau tempat penelitian yang diteliti adalah kediaman konsumen atau jama'ah haji tahun 2023 atau 2024 yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Sedangkan waktu penelitian yang digunakan peneliti yaitu pengamatan lapangan yaitu wawancara kepada jama'ah keberangkatan 2023 atau 2024 yang dilakukan pada Mei 2024 sebagai persiapan

⁴ Abdurrahmat Fthoni, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.

penulisan proposal hingga selesai dalam penyusunan tesis. Adapun rincian dalam penyusunan tesis ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Waktu Pelaksanaan	Uraian Kegiatan					
		Pengamatan Lapangan	Penyusunan Proposal	Pengambilan Data Lapangan	Analisis Data	Uji Keabsahan Data	Penarikan Kesimpulan
1.	Mei-Juni 2024						
2.	Juni-Desember 2024						
3.	Januari 2025						
4.	Februari 2025						

Peneliti memulai penelitian lapangan ini diawali dengan pengamatan lapangan yang dilakukan pada awal Bulan Mei hingga akhir Bulan Juni 2024, dilanjutkan dengan penyusunan proposal di Bulan Juni hingga Desember 2024, kemudian melakukan pengambilan data lapangan dan analisis data di Bulan Januari 2025 melakukan uji keabsahan data hingga penarikan kesimpulan di Bulan Februari 2025.

C. Data dan Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama atau pertama yang menghasilkan sebuah data.⁵ Sumber data Primer atau informan dalam penelitian ini yaitu konsumen atau dalam hal ini jama'ah haji yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur pemilik dan sampel pengurus Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur serta Staff Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur.

Dalam pengambilan data, peneliti menggunakan teknik sampling. Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar memperoleh sampel yang *representatif*.⁶ Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* berbentuk *purposive sampling*.

Nonprobability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap

⁵ Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014, 129.

⁶ Hafni Sahir, Syahida. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia: Jawa Timur. 2021, 27-28.

unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan data kepada informan atau sasaran penelitian berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan peneliti sesuai tujuan penelitian.⁷

Proses pengambilan data melalui wawancara ini, peneliti mengambil beberapa sampel konsumen atau jama'ah yang terbatas pada kriteria tertentu berdasarkan pada ketentuan metode pengambilan sampel penelitian kualitatif dengan pendekatan *fenomenologis*.

Adapun kriteria dalam penentuan sampel pada penelitian ini diantaranya :

- 1) 3 dari 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang populer dipilih konsumen sesuai dalam pencatatan Kementerian Agama Lampung Timur.
- 2) Konsumen atau Jama'ah Haji yang telah berangkat haji 2 tahun terakhir, yaitu 2023 atau 2024. Diantara jama'ah haji tersebut berkriteria sebagai berikut:
 - a). Dalam pengambilan jumlah sampel informan, ditentukan berdasarkan jenis penelitian. Dalam penelitian ini, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan studi kasus yang

⁷ Wijayanti, Ratna. *Metode Penelitian Kuantitatif*. STIE Widya Gama: Lumajang. Edisi 1. 2015, 61.

pada umumnya mengupas 1-5 kasus berdasarkan pendekatan *fenomenologis* dengan ketentuan umum 5-25 informan, pola pengambilan sampel penelitian ini 3 analisis kasus dan 21 informan lapangan.⁸ Masing-masing dari informan yaitu 7 konsumen dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kalijogo, 7 konsumen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, dan 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam dengan spesifikasi masing-masing 3 jama'ah laki-laki dan 4 jama'ah wanita.

- b). Konsumen atau jama'ah haji berumur 40-60 tahun.
- c). Pekerjaan informan sebagai Petani, Pegawai Kantor dan Tenaga Pendidik.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang secara tidak langsung memberikan suatu data kepada pengumpul data.⁹ Berdasarkan istilah tersebut, maka dalam penelitian ini data sekundernya adalah dokumentasi kegiatan manasik haji oleh beberapa Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), literatur

⁸ Creswell, J. W. *Qualitative Inquiry and Research Design*. 2013, 94.

⁹ Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014, 130.

penunjang seperti jurnal, buku dan artikel terkait perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, data arsip sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur serta arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur.

D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Jenis wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis wawancara struktur. Wawancara struktur merupakan wawancara yang sudah terstruktur dengan sejumlah pertanyaan yang sudah disiapkan sebelum melakukan sesi wawancara, setiap informan diberi pertanyaan yang sama. Proses wawancara informan dilaksanakan dengan bebas, arti dari kebebasan ini tetap berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi dan tidak menyimpang dari permasalahan tersebut yang sebelumnya telah disiapkan dalam melakukan wawancara.¹⁰

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti yang berkaitan dengan Faktor-

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke-2, Bandung: Alfabeta, 2015, 137.

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi melalui sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik dari buku, foto, maupun yang lainnya.¹¹ Penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa foto manasik dari beberapa sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), foto beberapa sampel arsip Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), dokumentasi berupa rekaman video maupun suara, catatan lapangan serta arsip dokumen Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur.

E. Prosedur Analisis Data

Prosedur analisis data adalah cara memproses data yang disederhanakan agar mudah untuk dipahami, dibaca maupun dipresentasikan. Analisis kualitatif dalam suatu penelitian digunakan apabila data penelitian yang diangkat dari lapangan memiliki sifat-sifat kualitatif.¹² Kemudian peneliti mengadakan perbandingan antara realita dengan teori apakah sama atau berbeda dengan yang terjadi di

¹¹ Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011, 206.

¹² Suharsini, Arikunto. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011, 167.

lapangan agar dapat memperoleh kesimpulan pada penelitian yang dibuat sekarang, apakah pelaksanaan antara teori dan praktik di lapangan sesuai atau tidak dengan teori yang ada.

Metode analisa kualitatif digunakan dalam metode ini dikarenakan data penelitian didapatkan berupa keterangan yang berbentuk uraian. Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat *induktif*, artinya proses analisis data berlangsung dari fakta-fakta ke teori, sederhananya menganalisa dari permasalahan khusus, menganalisa dan mengaitkan kemudian ditarik kesimpulan untuk menjadi pengetahuan umum.¹³ Metode analisa kualitatif digunakan dalam metode ini dikarenakan data penelitian didapatkan berupa keterangan yang berbentuk uraian :

1. Pengumpulan Data

Langkah awal dalam pengumpulan data yaitu pengamatan atau pengalaman awal.¹⁴ Dalam langkah ini, peneliti melakukan sebuah wawancara lapangan dan dokumentasi untuk mendapatkan fakta permasalahan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji

¹³ Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press, 2021, 117.

¹⁴ Hafni Sahir, Syahida. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia: Jawa Timur. 2021, 112.

(KBIH) di Lampung Timur dengan jama'ah haji. Informasi dari lapangan ini sebagai bahan mentah yang kemudian diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok penting permasalahan.

Sumber dan jenis data serta penggalian data juga erat kaitannya dengan pengumpulan data di lapangan karena dalam penelitian kualitatif sumber data berbentuk ucapan, perbuatan, kemudian data tambahan yang meliputi sumber data tertulis atau dokumen, dan foto. Ucapan dan perbuatan dari para informan yang diamati merupakan sumber data yang utama.¹⁵ Data yang dikumpulkan berasal dari informan, yakni hasil wawancara sampel pengurus Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur, Staff teknis Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur dan jama'ah haji yang berangkat 2 tahun terakhir.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, selanjutnya dibuat reduksi data guna memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah dan menjawab pertanyaan penelitian. Kegiatan reduksi data dilakukan berulang

¹⁵ Endra, Febri. *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*, Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017, 7.

kali untuk mencapai kesimpulan.¹⁶ Setelah itu peneliti membuat kaitan-kaitan antara fakta di lapangan dengan konsep-konsep teori. Dalam hal ini, peneliti mereduksi data dengan fokus perilaku konsumen dan subfokus faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) serta bagaimana proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi konsumen dalam penetapan pemilihan dengan perbandingan fakta di lapangan.

3. Penyajian Data

Selanjutnya dilakukan verifikasi data yang dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep –konsep dasar dalam penelitian ini lebih tepat dan objektif. Data yang telah direduksi selanjutnya disajikan melalui proses penyusunan sekumpulan informasi untuk menghasilkan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang telah direduksi kemudian dapat disusun secara teratur dengan maksud untuk memudahkan dalam analisis data, apakah harus dilakukan ulang atau ditarik kesimpulan.¹⁷

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke-2, Bandung: Alfabeta, 2019, 323.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke-2, Bandung: Alfabeta, 2019, 340.

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir, pemeriksaan kesimpulan selama penelitian dilakukan dengan cara merancang kembali penelitian, meninjau kembali catatan yang ada dilapangan, diskusi dengan teman untuk mencapai persetujuan intersubjektif, serta usaha peneliti dalam meletakkan arsip berupa temuan-temuan dalam data instrument yang lain.¹⁸

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti menjelaskan bagaimana keabsahan data yang mencakup kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan komfirmabilitas.

1. Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas dalam penelitian kualitatif merujuk pada penilaian keandalan hasil penelitian dari sudut pandang partisipan. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena melalui perspektif partisipan, yang merupakan pihak yang paling berwenang untuk menilai kredibilitas hasil tersebut. Beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kredibilitas data termasuk perpanjangan observasi, ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan

¹⁸ Hartono, Jogiyanto. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018, 296-297.

rekan sejawat, analisis kasus yang bertentangan, dan pengecekan kembali oleh partisipan.

Dalam konteks ini, peneliti harus melakukan observasi dengan cermat dan fokus, menggabungkan berbagai sumber data, berdiskusi mengenai faktor-faktor yang perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan rekan, serta menganalisis kasus-kasus di lapangan berkaitan dengan perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, serta melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari informan.

Kredibilitas hasil penelitian kualitatif sangat bergantung pada perspektif partisipan, yang berfungsi sebagai penilai utama atas keandalan informasi yang disajikan. Beberapa metode seperti *triangulasi* dan *memberchecking* digunakan untuk memastikan validitas data.¹⁹ *Triangulasi* dalam penelitian kualitatif diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat kombinasi dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.²⁰ Dalam hal ini, peneliti menggunakan *triangulasi* sumber

¹⁹ Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: Syakir Media Press, 2021, 153.

²⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Cet ke-1, Bandung: Alfabeta, 2018, 353.

(berbagai sumber berbeda namun spesifik secara pekerjaan) dan *triangulasi* teknik (*prasurvey*, wawancara dan dokumentasi).

2. Transferabilitas (*Transferability*)

Transferabilitas mengacu pada sejauh mana hasil penelitian kualitatif dapat diterapkan atau diadaptasi dalam konteks lain. Dalam pendekatan kualitatif, transferabilitas adalah tanggung jawab individu untuk melakukan generalisasi. Peneliti kualitatif dapat meningkatkan transferabilitas dengan mendeskripsikan konteks penelitian dan asumsi-asumsi penting yang mendasarinya.

Pada tahap transferabilitas ini, peneliti melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Temuan dari studi ini dapat diterapkan di daerah lain untuk meningkatkan minat konsumen dalam memilih dan bergabung kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di wilayah tersebut.

3. Dependabilitas (*Dependability*)

Dependabilitas menekankan pentingnya bagi peneliti untuk mempertimbangkan konteks yang dinamis dalam penelitian yang dilakukan. Peneliti bertanggung jawab untuk menjelaskan perubahan yang terjadi dalam pengaturan penelitian dan

bagaimana perubahan tersebut dapat memengaruhi pendekatan yang diambil dalam studi.²¹ Pada tahap ini, peneliti berusaha memastikan bahwa solusi yang diusulkan dalam penelitian ini berkualitas, bermanfaat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) diharapkan dapat memberikan solusi yang berguna, terutama bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Konfirmabilitas, atau objektivitas, mengacu pada sejauh mana hasil penelitian dapat divalidasi oleh pihak lain. Ada beberapa strategi untuk meningkatkan konfirmabilitas. Peneliti dapat mendokumentasikan prosedur untuk memverifikasi seluruh data penelitian. Peneliti lain dapat berperan sebagai “*devil’s advocate*” untuk mempertanyakan hasil penelitian, dan proses ini juga dapat dicatat. Selain itu, peneliti dapat secara aktif mencari dan mendeskripsikan contoh-contoh negatif yang bertentangan dengan temuan sebelumnya.²² Pada tahap ini, diuji apakah hasil penelitian mencerminkan proses yang dilakukan, khususnya terkait

²¹ Hartono, Jogyanto. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018, 298.

²² Hartono, Jogyanto. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018, 299.

faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Jika hasil penelitian ini dianggap mampu memenuhi tujuan penelitian, maka penelitian ini telah memenuhi standar konfirmabilitas.

BAB IV

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) DI LAMPUNG TIMUR

A. Gambaran Umum Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur

1. Deskripsi Umum Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur

Menurut UU No.8 Tahun 2018, yakni pada Bab I ketentuan umum, Pasal 1 Ayat 20 disebutkan bahwa Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIH) adalah kelompok yang menyelenggarakan bimbingan ibadah haji dan ibadah umroh yang telah mendapatkan izin dari Menteri.¹ KBIH merupakan lembaga dalam bentuk organisasi yang berbadan hukum dan kedudukannya sebagai mitra kerja pemerintah dalam melakukan pembinaan dan membimbing jama'ah haji. Dalam hubungannya dengan kegiatan pembinaan kepada jamaah haji, pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama, membuka diri terhadap adanya peran serta masyarakat.

¹ UU no. 8 Tahun 2018 Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1 Ayat 20

Bentuk peran serta dan keterlibatan masyarakat itu, kini telah melembaga dalam sebuah bentuk organisasi, KBIH dan Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia (IPHI). Disini kedudukan pemerintah berperan sebagai penyelenggara ibadah haji, sedangkan KBIH adalah bentuk mitra kerja pemerintah dalam membimbing calon jamaah haji (pra-haji dan pasca haji). KBIH merupakan penyelenggara swasta yang merupakan perpanjangan tangan Kementerian Agama sebagai pengemban UU dalam hal memberikan bimbingan manasik haji.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur berjumlah 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan masing-masing tentunya ingin memberikan pelayanan dan pembinaan semaksimal mungkin kepada calon konsumen (jama'ah haji).²

Adapun berikut daftar 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur:

² Hasil Wawancara prasurvey dengan Staff Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur pada Rabu, 08 Mei 2024 pukul 10.15 WIB.

Tabel 4.1
Data Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)
Kabupaten Lampung Timur

NO.	No. Keputusan	Nama KBIH	Pimpinan	Alamat
1.	049 Tahun 2018	AL MULTAZAM AL AMIN AL IJABAH	MUSTOFA AL ASNA	Dusun VI, RT.25 RW.12 Desa Labuhan Maringgai Kec. Labuhan Maringgai
	811 Tahun 2020			
2.	Kw.08.4/Hj.00.8/0972017	AN NUR WAL BAROKAH	H.MUKRIONO, S.Pd.I	Desa Way Milly, Kec. Gunung Pelindung
	811 Tahun 2020			
3.	024 Tahun 2019	SUNAN KALIJOGO	KH. AYONG ISMAIL	Jln. Raya Lintas Timur, Kec. Way Jepara
	811 Tahun 2020			
4.	021 Tahun 2019	JABAL NUR MANDIRI	KH. BADRUN RIFAI	Jln. Raya Way Bungur Desa Tanjung Kesuma, Kec. Purbolinggo
	811 Tahun 2020			
5.	303 Tahun 2018	NURUSSALAM	H.F.MUHAMMAD DASUKI	Jln. Raya Sekampung, Kec. Sekampung
	811 Tahun 2020			
6.	148 Tahun 2018	MULTAZAM MANDIRI	H.SUTRISNO HENDRO, M.M	Jln. Taman Fajar Desa Taman Fajar, Kec. Purbolinggo
	811 Tahun 2020			
7.	Kw.08.4/Hj.00.8/259/2016	JABAL RAHMAH	H. INDAR HARIRI, S.H.I	Dusun Banding RT.1 RW.1, Desa Sukadana Tengah, Kec. Sukadana
	811 Tahun 2020			

Sumber: Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur³

Ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang populer di Lampung Timur ini memiliki daya tarik tersendiri di mata konsumen, sehingga dalam hal ini peneliti mengambil ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) ini sebagai sampel dari populasi yang ada di Lampung Timur. Hal ini tidak berlangsung dalam periode atau tahun tertentu saja (*fluktuatif*), tetapi dari tahun

³ Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

ke tahun ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) tersebut tetap populer dengan urutannya.

Berikut urutan populer Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur :

Tabel 4.2
KBIH Populer Se-Kabupaten Lampung Timur

No.	Nama KBIH	Pimpinan	Alamat
1.	Sunan Kali Jogo	KH. Ayong Ismail	Jln. Raya Lintas Timur, Kec. Way Jepara
2.	Jabal Rahmah	H. Indar Hariir, S.H.I	Dusun Banding RT.1 RW.1, Desa Sukadana Tengah, Kec. Sukadana
3.	Nurussalam	H.F.Muhammad Dasuki	Jln. Raya Sekampung, Kec. Sekampung

Sumber : Kalkulasi Data Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur⁴

Dari 7 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur, 3 diantaranya populer dipilih oleh konsumen. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer pertama yaitu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo yang ada di Way Jepara Lampung Timur, setelah itu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah Sukadana Lampung Timur menempati urutan kedua, sedangkan urutan ke tiga populer di Lampung Timur yaitu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam Sekampung Lampung

⁴ Kalkulasi Data Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

Timur. Data ini berdasarkan pada jumlah konsumen atau jama'ah haji tahun 2023 dan 2024 di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Se-Kabupaten Lampung Timur

Tabel 4.3
Data Jumlah Jama'ah Haji 2023 dan 2024 di KBIH
Se-Kabupaten Lampung Timur

NO.	Nama KBIH	Pimpinan	Jama'ah 2023	Jama'ah 2024
1.	AL MULTAZAM AL AMIN AL IJABAH	MUSTOFA AL ASNA	24	27
2.	AN NUR WAL BAROKAH	H.MUKRIONO, S.Pd.I	23	28
3.	SUNAN KALJOGO	KH. AYONG ISMAIL	215	260
4.	JABAL NUR MANDIRI	KH. BADRUN RIFAI	26	32
5.	NURUSSALAM	H.F.MUHAMMAD DASUKI	127	167
6.	MULTAZAM MANDIRI	H.SUTRISNO HENDRO, M.M	17	13
7.	JABAL RAHMAH	H. INDAR HARIRI, S.H.I	180	215

Sumber: *Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur*⁵

Ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) ini mempunyai sejarah dalam berdirinya. Berikut sejarah berdirinya 3 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer di Lampung Timur :

⁵ Data Arsip Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

a). Sejarah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo

KBIH Sunan Kali Jogo yang dipimpin oleh K.H Ayong Ismail beralamatkan di Jln. Raya Lintas Timur Kecamatan Way Jepara ini bermulakan pada animo respon dan kemauan yang tinggi dari umat Islam pada umumnya dalam promosi pelaksanaan ibadah haji dan umroh yang ditandai atau indikatornya membludaknya pendaftaran haji dari tahun ke tahun semakin meningkat yaitu *waiting list* (daftar tunggu) seluruh Indonesia mulai yang menunggu keberangkatan selama 15 tahun sampai 28 tahun, fenomena tersebut adalah respon yang sangat baik demi syiar agama Allah dengan adanya ritual ibadah haji dan umroh dalam peningkatan kualitas dan kuantitas ibadah.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji pada Yayasan Sunan Kali Jogo mendapatkan kepercayaan amanat yaitu legalitas izin penyelenggaraan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kalijogo sejak tanggal 30 Desember 2020 dari Menteri Agama Republik Indonesia yang berarti segala kewenangan yang berhubungan dengan hal tersebut,

menajdikan lebih leluasanya dalam bergerak terutama kegiatan pembimbingan manasik haji.

Realitas yang ada dari keseluruhan aspek yang berhubungan dengan ibadah haji para calon jama'ah dan calon jama'ah dengan sukarela datang meminta serta memohon agar sekiranya program kegiatan latihan bimbingan manasik haji agar lebih fokus dan berkesinambungan serta mendapatkan pelayanan yang lebih baik dan optimal. Berdasarkan dengan hal tersebut, maka kami Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo berkewajiban untuk berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas yang berhubungan dengan program-program kerja yayasan khususnya dalam pembinaan dan pembimbingan manasik haji selama di Tanah Air sampai di Tanah Suci Mekkah.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIH) Sunan Kali Jogo di Kabupaten Lampung Timur ini terbilang masih baru dalam hal menerima legalitas dan kewenangan dari Kementerian Agama. Adapun lembaga ini masih bernama Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH),

belum berganti nama menjadi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU).⁶

Kewenangan dan legalitas dari Kementerian yang masih terbilang baru diterima ini tidak menjadi suatu problem dalam melayani konsumen dengan pelayanan yang terbaik. Terbukti dengan banyaknya konsumen dengan segala kepercayaannya mengamanahkan bimbingan manasik haji kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo yang beralamatkan di Way Jepara, Lampung Timur ini.

b). Sejarah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah merupakan kelompok bimbingan manasik yang ada di Lampung Timur, tepatnya berada di Desa Sukadana Tengah, Kecamatan Sukadana. Kelompok Bimbingan ini sudah ada sejak tahun 1998 yang diketuai oleh Bapak H. Ali Rahmat, pada saat itu hanya terbentuk sebuah kelompok bimbingan biasa kemudian pada tahun 2001 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Jabal Rahmah berhasil mendapatkan izin operasi dari Departemen Agama yang sekarang menjadi

⁶ Data Arsip Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo, Way Jepara, 2024.

Kementerian Agama. KBIHU Jabal Rahmah terletak di Dusun Banding, RT/RW 001/001 Desa Sukadana Tengah, Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur.

Pada awalnya Bapak H. Ali Rahmat mendirikan kelompok bimbingan dikarenakan sebelumnya beliau terlebih dahulu pernah melaksanakan ibadah haji. Sepulang beliau dari kepulangan haji banyak masyarakat yang hendak melaksanakan haji namun meminta bapak H. Ali Rahmat untuk menjadi pendamping di tanah suci, pada awalnya hanya ada sekitar delapan sampai sepuluh jamaah yang meminta untuk didampingi. Untuk biaya perjalanan bapak H. Ali Rahmat murni iuran dari jama'ah yang akan berangkat. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya jamaah yang meminta untuk didampingi semakin bertambah, akhirnya bapak H. Ali Rahmat memutuskan untuk membuat kelompok bimbingan secara resmi agar pelaksanaan lebih tertata dan sistematis karena telah berpartner dengan pemerintah.⁷

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah terbentuk dengan adanya dorongan dan antusias yang kuat dari masyarakat serta kesadaran masyarakat akan kebutuhan nilai spiritual dalam melaksanakan ibadah haji.

⁷ Data Arsip Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, Sukadana, 2023.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) ini, lalu menjalankan pengelolaannya setelah mendapat legalitas dan kewenangan dari Kementerian Agama dalam hal membantu membimbing konsumen atau jama'ah haji.

c). Sejarah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)

Nurussalam

H.F.Muhammad Dasuki, S.Ag. memimpin KBIH Nurussalam, sebuah pusat pelatihan manasik haji di Kecamatan Sekampung, Lampung Timur. KBIH ini yakni yang termuda di Lampung Timur setelah Multazam, sebuah wadah yang menyelenggarakan ibadah haji sebagai organisasi kolektif bukan yayasan swasta seperti KBIHU.

Pada tahun 2013, KBIH Nurussalam Sekampung didirikan dikarenakan banyaknya jamaah di KBIH Jabal Rahmah Sukadana yang tidak tertampung sehingga menyebabkan latihan ritual yang tidak terkontrol sehingga banyak jama'ah yang mangkir dan kebingungan saat berangkat ke Tanah Suci, banyak jama'ah yang tidak paham ilmu manasik haji, dan kurangnya peminat calon jemaah haji. Bapak Supriyono dan Bapak Siswanto mendirikan Yayasan Bimbingan Haji dan Umrah pada tahun 2012 untuk mempublikasikan calon tamu Allah. Mereka menjalankannya

selama setahun hingga Kementerian Agama Lampung Timur mengirim surat legalitas dan kewenangan menjalankan kegiatan manasik dan bimbingan ibadah haji dan umroh.⁸

Setelah menerima legalitas dan kewenangan dari Kementerian Agama, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam semakin populer di kalangan masyarakat dalam pelayanan dan bimbingan manasik haji, menjadi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang sangat diminati dalam hal pelayanannya.

2. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer di Lampung Timur

Visi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo memiliki visi mencetak jamaah haji yang mabrur, sedangkan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo diantaranya :

- 1). Melaksanakan manasik haji sampai faham,
- 2). Meningkatkan pelayanan bagi calon jama'ah haji,
- 3) Mengirim tutor pada pelatihan haji tingkat provinsi dan nasional,
- 4) Meningkatkan profesionalitas pembimbingan,

⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Supriyono selaku Sekretaris Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam pada Jum'at, 17 Januari 2025.

- 5). Menugaskan pembimbing selama untuk mendampingi calon jama'ah haji di Mekkah dan Madinah,
- 6). Membimbing calon jama'ah haji mulai dari meluruskan niat dan penatalaksanaan ibadah haji secara benar dan sempurna,
- 7). Menumbuhkan rasa kekeluargaan di antara calon jama'ah haji mulai dari Indonesia sampai di Arab Saudi.⁹

Dalam mencetak jama'ah haji yang mabrur dan mabrurroh, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo melakukan bimbingan manasik haji sampai jama'ah faham, memberikan pelayanan terbaik, juga melakukan peningkatan kualitas pembimbing dengan mengirim tutor ke tingkat provinsi dan nasional, menugaskan pembimbing untuk mendampingi jama'ah haji di Mekkah dan Madinah, meluruskan niat dan tata laksana haji dengan benar dan sempurna dan menumbuhkan rasa kekeluargaan antarjama'ah sedari di Tanah Air hingga perpulangan dari Tanah Arab.

a).Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, Sukadana Lampung Timur

Berikut visi dan misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, Sukadana Lampung Timur :

⁹ Data Arsip. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo. 2024

- 1). Visi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah:

Membantu tamu Allah dengan bekal ilmu manasik yang benar agar memperoleh haji mabrur dengan mengharap ridho Allah.

- 2). Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah:

Memberikan pelayanan untuk kemudahan jamaah haji yang ikut bersama KBIH Jabal Rahmah Lampung Timur dengan memberikan bimbingan ibadah haji baik di tanah air, tanah suci, sampai kembali ke Tanah Air.¹⁰

Dalam visinya memebekali jama'ah agar menjadi jama'ah haji yang mabrur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah memfasilitasi pelayanan dalam kemudahan jama'ah haji, memberikan bimbingan semaksimal mungkin dan memperhatikan hal-hal kecil kebutuhan jama'ah.

¹⁰ Data Arsip. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, Sukadana, 2023.

b).Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)

Nurussalam, Sekampung Lampung Timur

Visi KBIH Nurussalam Sekampung ialah terwujudnya penyelenggaraan ibadah haji dan umroh yang berkualitas, berwibawa, dan bermartabat.

Misi KBIH Nurussalam Sekampung antara lain:

- 1).Menghantarkan para calon tamu Allah hingga mendapatkan ilmu manasikhul haji yang berkualitas.
- 2).Sebagai penyelenggara bimbingan ibadah haji ke Tanah Suci hingga tercapainya cita-cita menuju gerbang sukses menjadi haji mabrur/mabruroh bagi masyarakat, bangsa, dan negara.
- 3).Menerapkan manajemen personalisasi dengan berpartisipasi dan melibatkan seluruh para calon tamu Allah dan masyarakat lingkungan sekitar.¹¹

Seluruh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dalam mencapai visi dan misi, tentunya mempunyai struktur kepengurusan yang membantu dalam mencapai tujuan lembaga yaitu mewujudkan penyelenggaraan ibadah haji yang berkualitas. Dengan adanya struktur tersebut, manajemen personalisasi lembaga dengan masyarakat lebih efektif dan terstruktur.

¹¹ Data Arsip. Visi dan Misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam Sekampung, 2023.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) mempunyai faktor internal dan faktor eksternal dalam mempengaruhi konsumen menggunakan jasa.¹² Berikut faktor internal dan faktor eksternal dalam mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur dalam mempengaruhi konsumen:

a). Faktor Internal yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur

Faktor Internal yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur diantaranya:

1) Antusias atau Motivasi

Antusias atau motivasi ini berasal dari dalam diri konsumen atau jama'ah. Motivasi ini berangkat dari kebutuhan dan kesadaran mereka yang minim akan ilmu untuk bekal berangkat haji membuat mereka sukarela datang

¹² Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2007, 66.

memohon kepada tokoh yang faham dan berkompeten dalam bidang manasik dan bisa membimbing mereka dalam suatu wadah pembinaan manasik haji. hal ini tidak hanya terjadi pada satu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) saja, melainkan dari ke-3 KBIH yang populer di Lampung Timur ini masing-masing dari mereka bermulakan dari permohonan konsumen atau jama'ah untuk melakukan pembinaan kepada tokoh-tokoh pengasuh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).¹³ Antusias dan motivasi dari calon konsumen ini yang menjadi sejarah berdirinya ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang populer di Lampung Timur.

Antusias atau motivasi sangatlah berpengaruh terhadap perilaku dimana antusias konsumen merupakan bentuk dari sikap dan keyakinan akan kebutuhan konsumen terhadap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur.¹⁴ Antusias dalam hal ini sangat berpengaruh dalam hal menjadi faktor internal utama dalam mempengaruhi perilaku konsumen mengambil keputusan.

¹³ Hasil wawancara dengan Penyelenggara Haji Umroh dan 3 Staff KBIH Populer di Lampung Timur, 22-23 Januari 2024.

¹⁴ Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (Yogyakarta : Andi Offset, 2016), 102.

2) Citra atau Reputasi

Citra atau Reputasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang baik di mata konsumen menjadi faktor pendukung Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dalam menarik minat konsumen. Begitu pula jika citra atau reputasinya buruk maka calon konsumenpun akan ragu dan enggan dalam memilih dan bergabung di suatu lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Adanya citra yang baik ini secara tidak langsung menjadi promosi dari mulut ke mulut kepada calon konsumen dan masyarakat yang ada.

Citra Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo yang sudah sangat baik dan meluas informasinya sampai kemana-mana karena citra pelayanannya yang bagus, citra Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah terkenal dengan citra pelayanannya yang dominan kepada konsumen, dan citra Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam yang terkenal juga karena citra pelayanannya yang baik meskipun pernah diisukan tentang berita penipuan yang sempat membuat ragu calon konsumen yang belum

mengetahui dan mengenal Nurussalam tetapi dengan citra yang baik dari para mantan konsumen yang merekomendasikan kepada calon konsumen lain sehingga isu tersebut tidak sampai mempengaruhi calon konsumen dalam mengambil keputusan.¹⁵

3) Lokasi

Faktor lokasi mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh M. Suyanto bahwa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian salah satunya lokasi penjual yang strategis. Pembeli cenderung memilih lokasi yang strategis yang tidak memerlukan banyak waktu, tenaga, atau biaya, seperti yang mudah diakses dan dekat dengan fasilitas umum atau jalan raya.¹⁶

Berdasarkan hal tersebut, lokasi menjadi pertimbangan dominan dalam hal jarak yang dekat dengan kediaman jama'ah sehingga memudahkan bagi jama'ah

¹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Rohmat Sodri, S.H.I selaku Pelaksana Penyusun Perlengkapan Haji PHU Lampung Timur.

¹⁶ M. Suyanto, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2014, 35.

atau konsumen terutama lansia untuk melakukan pembinaan haji.

b). Faktor Eksternal yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen di Lampung Timur

Berikut Faktor Eksternal yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur :

1) Rekomendasi

Rekomendasi menjadi Faktor Eksternal utama dalam mempengaruhi perilaku konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur, baik rekomendasi dari Tokoh masyarakat, Ulama', Teman, maupun Sanak Saudara. Rekomendasi dari beberapa elemen ini menjadi pendokrak utama bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) populer di Lampung Timur dalam menarik minat konsumen. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo mempunyai konsumen yang banyak berasal dari Rekomendasi para Kyai, tokoh, teman, maupun sanak

keluarga baik dari konsumen keberangkatan 2023 dan 2024.

Adapun faktor rekomendasi menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi pilihan konsumen sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen meliputi sikap oranglain yaitu motivasi konsumen untuk mengikuti preferensi orang lain.¹⁷ Semakin kuat sikap negatif tersebut, semakin besar kemungkinan konsumen mengubah keputusan pembeliannya. Sebaliknya, persepsi positif seseorang terhadap suatu produk atau jasa dapat meningkat jika orang lain juga menyukainya.

2) Iklan dan Promosi

Kurangnya Promosi di bidang sosial media menjadi salah satu faktor eksternal calon konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. Dari 3 populer Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur ini kesemuanya memiliki kelemahan pada bidang promosi sosial media mengingat kini zamannya era digital dan millennial tentunya promosi pada sosial media dapat lebih menebar jaring ke kalayak umum dan dunia tentang

¹⁷ M. Suyanto, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2014, 35.

adanya suatu lembaga-lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Kurangnya gencaran promosi di sosial media dan media cetak menjadi saran masukan bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dari konsumen se-Lampung Timur. Promosi di sosial media dengan targeting generasi millenial dan media cetak untuk targeting lansia dan masyarakat.

Iklan dan promosi menjadi faktor kunci dalam keputusan konsumen untuk membeli. Meskipun suatu produk berkualitas tinggi, jika konsumen tidak mengetahui keberadaannya atau tidak yakin akan manfaatnya, mereka tidak akan membeli. Hal ini sesuai dengan fakta yang peneliti teliti di lapangan, kurangnya iklan promosi dalam suatu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) berpengaruh dan menjadi faktor penghambat dalam mempengaruhi perilaku konsumen mengambil keputusan.

3) Pelayanan

Pelayanan terbaik dalam pembelian jasa menjadi faktor kunci dalam keputusan konsumen untuk membeli. Meskipun suatu produk berkualitas tinggi, jika konsumen tidak mengetahui keberadaannya atau tidak yakin akan

manfaatnya, mereka tidak akan membeli. Sementara kualitas pelayanan yang diberikan selama proses pembelian hingga transaksi sangat mempengaruhi keputusan konsumen.

Untuk produk yang berupa jasa, pelayanan yang baik sangat penting untuk memuaskan konsumen. Pelayanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan dan mempengaruhi penjualan di masa depan. Pelayanan yang baik memberikan *feedback* yang baik terhadap suatu perusahaan, begitu sebaliknya pelayanan yang buruk akan berimbas untuk perusahaan dari mulut ke mulut mantan konsumen kepada calon konsumen.

C. Proses Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Mempengaruhi Pilihan Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur

Pengambilan keputusan konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur tentunya juga mengalami proses dan tahapan hingga sampai pada titik pengambilan keputusan dan pasca pembelian. Dari penelitian yang telah peneliti lakukan dan analisa, berikut proses faktor internal dan eksternal dalam

mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur :

1. Proses Faktor Internal dalam mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur

Berikut Proses faktor Internal dalam mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur :

a. Kesadaran akan Kebutuhan diri (*Idrak Al-Hajjah*)

Tahap awal dimulai ketika seseorang menyadari adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi. Dalam ajaran Islam, kesadaran ini hendaknya muncul dari niat yang tulus serta kebutuhan yang benar-benar diperlukan, bukan sekadar dorongan hawa nafsu. Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa kebutuhan harus diarahkan pada kemanfaatan bagi diri sendiri dan masyarakat luas, bukan pada kenikmatan dunia yang berlebihan.

Dalam hal ini, masalah dalam lapangan yaitu konsumen yang minim bekal ilmu pengetahuan ke Tanah Suci. Adanya nilai kebutuhan diri ini memotivasi, menciptakan antusias konsumen memilih Kelompok

Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur, faktor internal lain penentu awal dalam proses ini yaitu citra atau reputasi, antusias atau motivasi diri konsumen memilih juga dipengaruhi dengan citra atau reputasi perusahaan yang baik. Selain dari itu juga, lokasi dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) juga menjadi faktor internal yang mempengaruhi perilaku jama'ah memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Usia konsumen yang terpaut lansia akan lebih memilih lokasi terdekat dengan kediaman yang dianggap mereka sebagai solusi terbaik.

b. Pertimbangan Etis dan Syari'ah (*Tamyiz al-Halal wa al-Haram*)

Sebelum membuat keputusan konsumsi, seorang Muslim wajib mempertimbangkan apakah jasa yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariah halal, baik (*thayyib*), dan bebas dari unsur riba, ketidakjelasan (*gharar*), serta perjudian (*maysir*). Monzer Kahf menekankan bahwa penyaringan moral dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi jasa, adalah sangat penting.

"Konsumen wajib membedakan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam dari yang bertentangan." ¹⁸

Dalam pencarian informasi ini menindaklanjuti dari apa yang telah direncanakan, mencari informasi terkait lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) baik tentang pelayanannya, kualitasnya, ataupun program-programnya. Dalam pencarian informasi ini sebagai tingkat pemantapan mempengaruhi perilaku konsumen. Semakin bagus informasi yang ia dapat dan dengar mengenai citra dan reputasi maupun lokasi, semakin mantap juga ia bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang telah direkomendasikan kepada calon konsumen tadi.

Pada pencarian informasi ini konsumen di Lampung Timur ini para calon konsumen dihadapkan berbagai citra atau dari sekian 7 Lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur dengan segala janji, pelayanan yang dan program yang baik ataupun kelebihan-kelebihan dari program Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Dari sini para konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan penawaran lokasi terbaik dengan citra masing-masing Kelompok

¹⁸ Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. 2000, 98.

Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan menjadi pertimbangan dalam hal memilih mana yang lebih baik bagi mereka. Konsumen akan mencari informasi secara keseluruhan halal haramnya, kejelasan citra dan lokasinya sejalan dengan nilai ekonomi Islam.

Data atau informasi yang dikumpulkan mengenai citra dan lokasi terdekat terkait Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) sangatlah mempengaruhi dalam penentuan keputusan konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur.

c. Niat dan Tujuan Konsumsi (*Niyyah wa Ghayah al-Istihlak*)

Setelah kehalalan jasa dipastikan, langkah berikutnya adalah menegaskan niat. Umer Chapra menjelaskan bahwa konsumsi seharusnya diarahkan pada pencapaian *maqasid al-shariah*, seperti perlindungan terhadap agama, akal, jiwa, harta, dan keturunan.¹⁹ Dalam Islam, konsumsi harus dilandasi niat yang baik untuk kemaslahatan pribadi, keluarga, dan masyarakatan bukan didorong oleh keinginan untuk berlebihan atau memperlihatkan status.

¹⁹ Al-Ghazali, A. H. M. *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 2005, 87.

Setelah dihadapkan dengan berbagai penawaran terbaik dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), konsumen mengeliminir pilihan berdasarkan citra atau reputasi dan lokasi yang telah dominan diinginkan berdasarkan pertimbangan dari prinsip ekonomi syari'ah.

d. Keputusan untuk Mengonsumsi (*Qarar al-Istihlak*)

Pada tahap ini, individu memutuskan untuk menggunakan suatu jasa. Dalam ekonomi Islam, keputusan ini sebaiknya bersifat logis, bertanggung jawab, dan tidak tergesa-gesa. Umer Chapra menegaskan bahwa pengambilan keputusan dalam Islam bukan hanya harus efisien dari segi ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dan sosial.

Berdasarkan faktor kemantapan diri dalam hal faktor citra, antusias dan lokasi yang lebih berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan calon konsumen, pada akhirnya calon konsumen memutuskan untuk bergabung dengan menjadi konsumen dari salah satu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang sebelumnya telah dieliminasi.

e. Refleksi Setelah Konsumsi (*Muraqabah wa Muhasabah*)

Setelah menggunakan jasa tersebut, seorang Muslim dianjurkan untuk melakukan evaluasi diri, apakah jasa tersebut memberi manfaat, apakah sesuai dengan prinsip Islam dan membawa dampak positif secara moral dan sosial. Imam Al-Ghazali menggarisbawahi pentingnya *muhasabah*, atau introspeksi diri, dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam perilaku konsumsi dan bertindak agar tidak mengikuti hawa nafsu semata.²⁰

Konsumen yang peneliti wawancarai merupakan konsumen yang telah menggunakan dan berangkat haji di tahun 2023 dan 2024 dan merupakan konsumen dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur. Dari perilaku pasca pembelian ini juga dapat menjadi evaluasi tersendiri bagi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang pernah menjadi wadah pembimbing konsumen tersebut. Contoh dalam hal pelayanan, program, promosi dan manajemen lain terkait Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. Dalam perilaku pasca pembelian ini konsumen akan menjadi *review* dalam mempengaruhi calon konsumen

²⁰ Abu Hamid Al Ghazali. *Ihya 'Ulum 'Addin Bab Muhasabah wa muaqabah* Jilid 4, 2017, 267.

selanjutnya dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

2. Proses Faktor Eksternal Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur

Proses Faktor Eksternal mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Di Lampung Timur ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian jasa, yaitu

a. Kesadaran akan Kebutuhan diri (*Idrak Al-Hajjah*)

Tahap awal dimulai ketika seseorang menyadari adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi. Dalam ajaran Islam, kesadaran ini hendaknya muncul dari niat yang tulus serta kebutuhan yang benar-benar diperlukan, bukan sekadar dorongan hawa nafsu. Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa kebutuhan harus diarahkan pada kemanfaatan bagi diri sendiri dan masyarakat luas, bukan pada kenikmatan dunia yang berlebihan.

Awal mula dari pengenalan masalah ini yaitu para lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) menyadari akan kebutuhan konsumen yang harus dibekali

pemahaman menuju Tanah Suci Makkah. Masalah akan minimnya pengetahuan konsumen menjadi titik awal penggencaran strategi menarik konsumen untuk memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Dalam hal ini pengenalan masalah disambut baik dengan munculnya rekomendasi dari berbagai tokoh, keluarga maupun teman, iklan dan promosi serta pelayanannya yang terkenal baik sehingga menjadi awal mempengaruhi calon konsumen untuk memilih lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).

Dari kesadaran akan minimnya pengetahuan manasik calon konsumen, diharapkan hasil akhir dari pemilihan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) menjadi solusi dan membimbing, membekali konsumen sehingga menjadi bekal terbaik menuju Tanah Suci.

b. Pertimbangan Etis dan Syari'ah (*Tamyiz al-Halal wa al-Haram*)

Sebelum membuat keputusan konsumsi, seorang Muslim wajib mempertimbangkan apakah jasa yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariah halal, baik (*thayyib*), dan bebas dari unsur riba, ketidakjelasan (*gharar*),

serta perjudian (*maysir*). Monzer Kahf menekankan bahwa penyaringan moral dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi jasa, adalah sangat penting.

*"Konsumen wajib membedakan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam dari yang bertentangan."*²¹

Dalam pencarian informasi ini menindaklanjuti dari apa yang telah direkomendasikan, mencari informasi terkait lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) baik tentang pelayanannya, kualitasnya, ataupun program-programnya. Dalam pencarian informasi ini sebagai tingkat pemantapan mempengaruhi perilaku konsumen. Semakin bagus informasi yang ia dapat dan dengar, semakin mantap juga ia bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang telah direkomendasikan kepada calon konsumen tadi.

Pada pencarian informasi ini konsumen di Lampung Timur ini para calon konsumen dihadapkan berbagai promosi dari sekian 7 Lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur dengan segala janji, pelayanan yang dan program yang baik ataupun kelebihan-kelebihan dari program Kelompok Bimbingan Ibadah Haji

²¹ Al-Ghazali, A. H. M. *Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 2005, 87.

(KBIH). Dari sini para konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan penawaran terbaik masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan menjadi pertimbangan dalam hal memilih mana yang lebih baik bagi mereka, rekomendasi dari berbagai tokoh terpercaya dan pertimbangan pelayanan dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

c. Niat dan Tujuan Konsumsi (*Niyyah wa Ghayah al-Istihlak*)

Setelah kehalalan jasa dipastikan, langkah berikutnya adalah menegaskan niat. Umer Chapra menjelaskan bahwa konsumsi seharusnya diarahkan pada pencapaian *maqasid al-shariah*, seperti perlindungan terhadap agama, akal, jiwa, harta, dan keturunan.²² Dalam Islam, konsumsi harus dilandasi niat yang baik untuk kemaslahatan pribadi, keluarga, dan masyarakatan bukan didorong oleh keinginan untuk berlebih-lebihan atau memperlihatkan status.

Setelah ditemukannya beberapa informasi terkait rekomendasi, iklan dan promosi serta pelayananan terbaik, calon konsumen mempertimbangkan segala informasi yang

²² Chapra, M. U. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation. 2000, 98.

didapat dari berbagai pihak. Untuk kemudian mengambil keputusan terkait mana yang lebih dibutuhkan oleh konsumen.

d. Keputusan untuk Mengonsumsi (*Qarar al-Istihlak*)

Pada tahap ini, individu memutuskan untuk menggunakan suatu jasa. Dalam ekonomi Islam, keputusan ini sebaiknya bersifat logis, bertanggung jawab, dan tidak tergesa-gesa. Umer Chapra menegaskan bahwa pengambilan keputusan dalam Islam bukan hanya harus efisien dari segi ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dan sosial.

Setelah mempertimbangkan dari berbagai kelebihan iklan dan promosi serta pelayananan, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), calon konsumen memutuskan sebuah keputusan menjadi konsumen dengan memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur berdasarkan rekomendasi terbaik, iklan dan promosi yang menarik maupun realisasi pelayanan berdasarkan pengamatan dari konsumen.

e. Refleksi Setelah Konsumsi (*Muraqabah wa Muhasabah*)

Setelah menggunakan jasa tersebut, seorang Muslim dianjurkan untuk melakukan evaluasi diri: Apakah jasa tersebut memberi manfaat, apakah sesuai dengan prinsip Islam dan membawa dampak positif secara moral dan sosial. Imam Al-Ghazali menggarisbawahi pentingnya *muhasabah*, atau introspeksi diri, dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam perilaku konsumsi dan bertindak agar tidak mengikuti hawa nafsu semata.²³

Konsumen yang peneliti wawancarai merupakan konsumen yang telah menggunakan dan berangkat haji di tahun 2023 dan 2024 dan merupakan konsumen dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Lampung Timur. Pada tahap ini, konsumen memberikan pengaruh yang sangat banyak terhadap keberlanjutan rantai keputusan konsumen. Hal-hal terbaik dan kelebihan dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang dipilihnya. Konsumen mempengaruhi calon konsumen lain berdasarkan faktor rekomendasasi, iklan dan promosi serta pelayanannya.

²³ Abu Hamid Al Ghazali. *Ihya 'Ulum 'Addin Bab Muhasabah wa muaqabah* Jilid 4, 2017, 267.

Pada evaluasi hasil keputusan diharapkan dapat menjadi bahan identifikasi kemungkinan kesalahan pengambilan keputusan selanjutnya di masa mendatang, namun dalam hal ini konsumen Lampung Timur terbiasa dengan review pasca pembelian yang dilakukan oleh konsumen sebelumnya mengenai informasi penting terkait rekomendasi, iklan dan promosi maupun pelayanan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur meliputi Faktor Internal dan Eksternal. Dalam hal ini, faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur meliputi Antusias atau Motivasi, Citra atau Reputasi dan Lokasi. Sedangkan faktor eksternal dalam mempengaruhi perilaku konsumen mengambil keputusan yaitu Rekomendasi, Iklan dan Promosi, serta Pelayanan.

Proses faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) mengikuti tahapan Proses ini dimulai ketika para konsumen menyadari akan kebutuhan mereka akan nilai spiritual ibadah haji (*idrak al-hajjah*) dilanjutkan dengan pertimbangan etis dan syari'ah (*tamyiz al-halal wa al-haram*) mengenai Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur. Kemudian, tahap niat dan tujuan konsumsi (*niyyah wa ghayah al-istihlak*), konsumen akan menilai dan memutuskan keputusan pembelian sesuai faktor mana

yang lebih penting bagi mereka sesuai dengan nilai syari'ah (*qarar al-istihlak*), lalu refleksi setelah konsumsi (*muqorobah wa muhasabah*) merekomendasikan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) kepada calon konsumen selanjutnya sesuai dengan pengalaman konsumen.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti merekomendasikan agar seluruh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur melakukan evaluasi dan inovasi dalam strategi promosi, khususnya melalui media sosial dan materi cetak seperti brosur dan pamflet. Hal ini penting mengingat perkembangan teknologi informasi yang pesat dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam mencari informasi. Seiring dengan itu, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) juga menjadi aspek krusial. Peningkatan ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan berkelanjutan yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan pelayanan dan pembinaan kepada konsumen dapat tersalurkan secara efektif dan maksimal, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat citra positif Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Wahid, *Peranan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Dalam Mencetak Kemandirian Jamaah Calon Haji*, Syaikhuna: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam 10, no. 1. 2019.
- Abidin, Zaenal, dkk, *Menakar Regulasi Sertifikasi Pembimbing Manasik Haji* Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan : Jakarta Pusat, 2020
- Achmad Subianto, *Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia*, ed. Yoyok Widyoko, Ed. Kedua Jakarta: Gibon Books, 2016.
- Aevyn Sekar Perdani, Faktor-Faktor yang Melatar Belakang Pengambilan Keputusan Pembelian pada Konsumen Yamaha Motor, *Skripsi*, Universitas Negeri Malang, 2015
- Arnild Augina Mekarisce, *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol. 12 Edisi 3, 2015
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfa Beta, 2015.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Dani Wardani, *7 Langkah Membuat Keputusan Terbaik*, Yogyakarta: Leutika, 2020
- Chapra, M. Umer. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, Islamic Foundation, 2000.
- Fahmi Basyaib, *Teori Pembuatan Keputusan*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2016.
- Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Andi Offset; Yogyakarta; 2014.
- Febri Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*, Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017

- Fitriya Wati, Pengaruh Nilai Taksiran Emas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadaai Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Irham fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada: 2016.
- Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018)
- John Adair. *Mengambil Keputusan yang Efektif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Kementrian Agama RI, 2017, 13.
- Keputusan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Nomor: D/233 Tahun 2015 tentang pedoman sertifikasi pembimbing manasik haji dan umrah
- Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- M.A. Mannan, “Islamic Economics: Theory and Practice”, 1990
- Muhamadiyah Ja’far, *Tuntunan Praktis Ibadah Zakat Puasa Dan Haji*, Kalam Mulia:Jakarta, 2017.
- Mujiroh. Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swalayan Indo Rizky Purbalingga. *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang
- Noor Hamid dan Mikhriani, *Manajemen Bimbingan Haji dan Umrah*, Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2023.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keler *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Erlangga: Jakarta 2017
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2018.

Q.S. Ali-Imron: 97.

Samsul Anam, dkk. *Manajemen Pemasaran*, IAIN Sunan Ampel Press, Surabaya, 2017.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2007
Setawan, Zunan dkk. *Perilaku Konsumen (Panduan Praktis untuik Pemasaran yang Sukses)*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke-2, Bandung: Alfabeta, 2015.

Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi kedua*, Mitra Wacana Media : Jakarta, 2021.

Sutisna, *Prilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Remaja Rosdakarya Bandung, 2016

Sutrisno, Perbedaan Faktor Internal dan Faktor Eksternal Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Pasar Modern Nginden Surabaya, *Skripsi*, Jurusan Manajemen, Universitas 17 Agustus Surabaya, 2016.

Syahida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia: Jawa Timur. 2021.

Thamrin dan Francis, *Manajemen Pemasaran*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2016

Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2016.

Totok Subianto, *Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Vol 3 No. 3 Jurnal Ekonomi Modernisasi, Oktober, 2017

Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Gahlia Indonesia: Bogor, 2017

Umar Dadan, *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*, 2021. Elex Media Komputindo Jakarta.

UU no. 8 Tahun 2018 Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1 Ayat 20

Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama; Jakarta. 2017

Zainal Abidin. “Ekonomi Islam: Suatu Kajian Teoritis dan Praktis” . 2015

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pascasarjana.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-300/In.28.5/D.PPs/PP.009/09/2024
Lamp. : -
Perihal : IZIN PRASURVEY / RESEARCH

Yth. Kepala
Kementerian Agama Lampung
Timur
di -
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Tugas Nomor: B-299/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/09/2024 atas nama saudara :

Nama : **Jihan Ibtisam Al-Ustadzi**
NIM : **2371040052**
Semester : **III (tiga)**

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan pra survey/research/survey untuk penyelesaian Tesis dengan judul :

"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Jama'ah Menggunakan KBIH di Lampung Timur"

Kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu demi terselenggaranya tugas tersebut. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 27 September 2024

Direktur

Dr. Mukhtar Hadi. S.Ag, M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pascasarjana.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-299/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/09/2024

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr.:

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NIM : 2371040052
Semester : III (tiga)

- Untuk :
1. Mengadakan observasi prasurvey / survey di Kementerian Agama Lampung Timur guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Jama'ah Menggunakan KBIH di Lampung Timur**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal 27 September 2024 sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal 27 September 2024





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Jalan Sampoerna Jaya Nomor 05 Desa Negara Nabung, Sukadana 34394
 Telepon (0725) 625155

E-mail: kablampungtimur@kemenag.go.id

Nomor : B- 1822/Kk.08.07.1/Hj.01.2/12/2024
 Lampiran :
 Prihal : Balasan izin Pra-Survey/Research

Kepada Yth,
 Direktur Pascasarjana IAIN Metro
 Di
 Metro

Dengan hormat,

Menanggapi surat Prasurvey/research/survey Nomor: B-299/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/09/2024 tanggal 27 September 2024, maka yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. Liwon, S.Ag.,M.Pd
 NIP : 19680621 199403 1 002
 Pangkat/gol : Pembina IV/a
 Jabatan : Kasi Penyelenggara Haji dan Umrah

Menerangkan bahwa :

Nama : JIHAN IBTISAM AL-USTADZI
 NPM : 2371040052
 Jurusan : Magister Ekonomi Syari'ah

Telah kami setuju untuk melakukan Prasurvey dan research di Kantor Kementerian Agama Lampung Timur sebagai syarat dalam menyelesaikan study Magister Ekonomi Syari'ah.

Demikian balasan ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Sukadana, 05 Oktober 2024

A.n Kepala,
 Kepala Seksi Penyelenggara
 Haji dan Umrah





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

Jalan KI Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telpun (0725) 41507, Faksimili (0725), Website: pps.metrouniv.ac.id,
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B.335/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/01/2025

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr:

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi

NPM : 2371040052

Semester : IV (Empat)

- Untuk :
1. Mengadakan Research di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) se-Lampung Timur guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal 10 Januari 2025 sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal 10 Januari 2025 -





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telpun (0725) 41507, Faksimili (0725), Website: pps.metro.univ.ac.id,
email: pps@iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B.335/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/01/2025

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr:

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052
Semester : IV (Empat)

- Untuk :
1. Mengadakan Research di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) se-Lampung Timur guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal 10 Januari 2025 sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal 10 Januari 2025

Mengetahui
Pejabat Setempat





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telpun (0725) 41507, Faksimili (0725), Website: pps.metro.univ.ac.id,
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B.335/In.28.5/D.PPs/PP.00.9/01/2025

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Metro menugaskan kepada Sdr:

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052
Semester : IV (Empat)

- Untuk :
1. Mengadakan Research di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) se-Lampung Timur guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tesis mahasiswa yang bersangkutan dengan judul : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Kelompok Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur**
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal 10 Januari 2025 sampai dengan selesai

Kepada pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Dikeluarkan di Metro
Pada Tanggal 10 Januari 2025

Mengetahui
Pejabat Setempat

[Signature]
Khairul Anwar
KBIH Narussalam



[Signature]
Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si
NIP. 19730710 199803 1 003

OUTLINE**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMILIH KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH)
DI LAMPUNG TIMUR****HALAMAN SAMPUL****HALAMAN JUDUL****HALAMAN PERSETUJUAN****HALAMAN PENGESAHAN****ABSTRAK****PEDOMAN TRANSLITERASI****HALAMAN ORISINIL PENELITIAN****MOTTO****PERSEMBAHAN****KATA PENGANTAR****DAFTAR ISI****DAFTAR TABEL****DAFTAR GAMBAR****DAFTAR LAMPIRAN****BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Fokus dan Sub Fokus Penelitian
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penulisan
- F. Penelitian yang Relevan
- G. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Perilaku Konsumen
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumen

- 2. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam
- 3. Pentingnya Memahami Perilaku Konsumen
- 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- B. Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 1. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 2. Pengambilan Keputusan Menurut Perspektif Ekonomi Islam
 - 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 4. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 5. Indikator Keputusan Pembelian
- C. Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Pendekatan dan Jenis Penelitian
- B. Latar dan Waktu Penelitian
- C. Data dan Sumber Data
 - 1. Sumber Data Primer
 - 2. Sumber Data Sekunder
- D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara (*Interview*)
 - 2. Dokumentasi
- E. Prosedur Analisis Data
 - 1. Pengumpulan Data
 - 2. Reduksi Data
 - 3. Penyajian Data
 - 4. Penarikan Kesimpulan
- F. Pemeriksaan Keabsahan Data
 - 1. Kredibilitas (*Credibility*)
 - 2. Transferabilitas (*Transferability*)
 - 3. Dependabilitas (*Dependability*)
 - 4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

2. Proses Faktor Promosi Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBH) Di Lampung Timur.
3. Proses Faktor Informasi dan Pengetahuan Mempengaruhi Perilaku Konsumen Memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBH) Di Lampung Timur.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

B. Rekomendasi

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag., P.I.A
NIP. 196805301994032003

Pembimbing Pendamping,



Dr. Isa Ansori, S.Ag., SS., M.H.I
NIP. 197210071999031002

ALAT PENGUMPUL DATA

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) DI LAMPUNG TIMUR

A. Wawancara kepada Staff Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

1. Menurut analisis data konsumen (jama'ah haji) dari tahun ke tahun pada Kementerian Agama Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana saja yang populer dipilih konsumen di Lampung Timur?
2. Berdasarkan analisis Kelompok Bimbingan Ibadah Haji populer dari tahun ke tahun, faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur?
3. Menurut Anda, apa kelebihan dan keunikan dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer pada kalangan konsumen di Lampung Timur ini?
4. Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama'ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok-Kelompok Bimbingan Ibadah Haji tersebut? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut
5. Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok-Kelompok Bimbingan Ibadah Haji tersebut?
6. Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?
7. Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer di Lampung Timur?

8. Apakah rekomendasi dari Tokoh atau Ulama' sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer bagi konsumen di Lampung Timur?
9. Berdasarkan pengalaman Anda sebagai penyelenggara haji, bagaimana proses dan tahapan konsumen (jama'ah haji) memilih dari awal hingga akhir dalam memilih dalam bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

B. Wawancara kepada Staff Sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Lampung Timur

1. Sedari tahun berapa Anda bergabung dalam kepengurusan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? ✓
2. Bagaimana sejarah berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
3. Berdasarkan pengalaman Anda dan data konsumen yang ada, apa motivasi utama konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
4. Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama'ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut
5. Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
6. Apakah rekomendasi dari keluarga atau teman sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) sering menjadi alasan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji?
7. Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?
8. Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

9. Apakah konsumen (jama'ah haji) pernah memberikan masukan terkait evaluasi dalam menarik minat konsumen selanjutnya dalam menetapkan pilihan dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? dan bagaimana pihak lembaga ini menyikapi masukan konsumen tersebut?
10. Menurut Anda, aspek apa yang kebanyakan atau dominan konsumen sukai di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
11. Strategi dan pengembangan apa yang menjadi pendukung dan andalan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dalam menarik konsumen (jama'ah haji) memilih bergabung?
12. Apa visi dan misi untuk mempertahankan dan mempengaruhi perilaku konsumen memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
13. Bagaimana proses dan tahapan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

C. Wawancara kepada Konsumen (Jama'ah Haji) pemberangkatan 2 tahun terakhir (2022-2023) yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur

1. Berapakah usia Anda saat berangkat haji?
2. Di tahun berapakah Anda berangkat haji?
3. Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?
4. Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?
5. Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
6. Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

7. Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
8. Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
9. Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
10. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?
11. Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?
12. Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

Menyetujui,

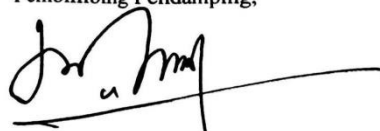
Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag., P.I.A

NIP. 196805301994032003

Pembimbing Pendamping,



Dr. Isa Ansori, S.Ag, SE., M.H.I

NIP. 197210071999031002



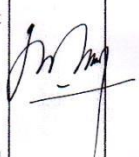
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppslainmetro@metrouniv.ac.id

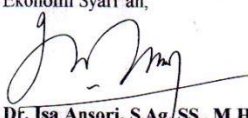
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

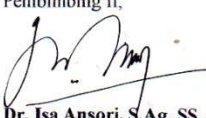
Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No.	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
2.	Minggu, 04 Agustus 2024	Dr. Isa Ansori, S.Ag,SS.,M.H.I	- Manfaat penelitian sesuai LBM, Pertanyaan dan Tujuan Penelitian! - Cantumkan rencana bab-bab penelitian pada point Sistematika Penulisan! - Teori KBIH dibuang, masukkan ke Bab IV! - Penulisan Metode bukan Metodologi - Jelaskan jenis penelitian lapangan dilakukan dimana dan meneliti tentang apa! - Sifat Penelitian diperbaiki! - Sumber Data Primer diuraikan!	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syaria'ah,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002

Pembimbing II,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

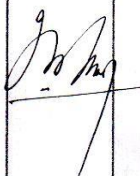
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

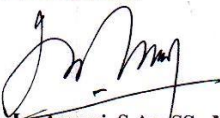
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

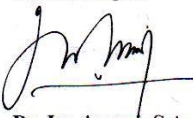
Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No.	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
3.	Selasa, 06 Agustus 2024	Dr. Isa Ansori, S.Ag,SS.,M.H.I	- LBM diperbaiki kembali! Tampilkan UU tentang KBIH! - GAP lebih diuraikan! - Buang istilah 'istito'ah, fokus pada objek yang diteliti! - Keterkaitan antarparagraf diperbaiki! - Perbaiki Penelitian Relevan bagian perbedaan!	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002

Pembimbing II,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metro.univ.ac.id; e-mail: ppsainmetro@metro.univ.ac.id

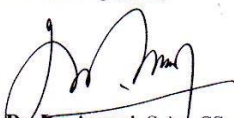
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

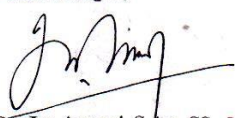
Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No.	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
4.	Kamis, 08 Agustus 2024	Dr. Isa Ansori, S.Ag,SS.,M.H.I	- LBM lebih diteliti kembali perkalimatnya! - Fokus dan Subfokus diperbaiki! - Manfaat teoritis dikaitkan dengan topik penelitian! - Sistematika Penulisan Bab III diperhatikan! - Bab III, Sifat Penelitian diuraikan, jangan hanya teori! - Sumber Data Sekunder bukan dokumentasi wawancara, diperbaiki!	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002

Pembimbing II,


Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002



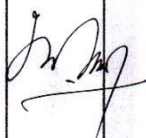
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metroiniv.ac.id

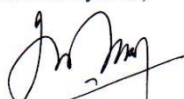
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

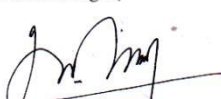
No.	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
4.	Senin, 12 Agustus 2024	Dr. Isa Ansori, S.Ag.SS.,M.H.I	- Perbaiki kata asing pada LBM! - Pada Latar dan Waktu Penelitian dibuat dalam bentuk tabel dan terperinci! - Sumber Data Sekunder diuraikan jurnal, buku, artikel tentang apa! - Pemeriksaan Keabsahan Data diuraikan, tidak hanya mencantumkan teori!	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syaria'ah,



Dr. Isa Ansori, S.Ag. SS., M.H.I
NIP.197210071999031002

Pembimbing II,



Dr. Isa Ansori, S.Ag. SS., M.H.I
NIP.197210071999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

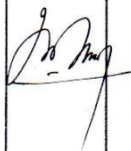
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon : (0725) 41507; Faksimili : (0725) 47296; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: ppsalhmetro@metroiniv.ac.id

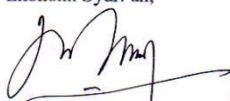
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

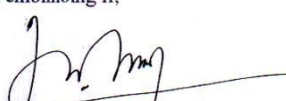
No.	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
5.	Selasa, 13 Agustus 2024	Dr. Isa Ansori, S.Ag,SS.,M.H.I	- ACC - Lanjutkan Bimbingan ke Pembimbing I!	

Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah,



Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002

Pembimbing II,



Dr. Isa Ansori, S.Ag, SS., M.H.I
NIP.197210071999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Lingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47250; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: pps@metroiniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
1.	Rabu/ 14.8.24	✓	Seputing, telah ada bukti bimbingan dari pembimbing 2, sehingga disahkan untuk proceed	ly

Mahasiswa Ybs.


Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing


Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.pps.metrouniv.ac.id, e-mail: ppslainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
2.	Selasa/ 22-10-24	✓	Revisi sesuai Catatan	hy

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: ppsainmetro@metroiniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
3.	Jumat 1/24 /11	c	Agak / lebih lurus & jelas dengan istilah awal/ akhir awal, akhir atau perantara pakar yang menganalisis kelebihan & dengan penelitian Sudjana. Silahkan & lakukan cukup sama	Ry

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
4	Rebu/ 6-11-24	✓	Agar diperhatikan catatan peng bimbingan sebelum ini dan laksanakan!	ly

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
9.	Jumat 22-11-24	✓	Berhas 20% lana mana 2	ly

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsinmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
6.	Senin 6-12-24	✓	Uplahapi Orhas proposai sandan dan ajuka luhli	ly

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : III/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
7	Kamis/ 12-12-24	✓	Ace untuk di ajukan ke eksternal selanjutnya	hy

Mahasiswa Ybs.

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052

Pembimbing

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47298, Website: www.pps.metroiniv.ac.id, e-mail: pps@metroiniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

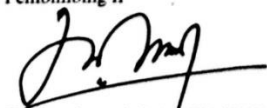
Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
7.	Kamis. 16/05 /01	✓	- Perbaiki Outline Bagian BAB IV Hasil Pembahasan Berganti judul Penelitian - Metode Penelitian Pemeriksaan Kebenaran Data & Jelaskan saja - Point C Pembahasan Outline Seuaikan dg rumusan masalah ke-2 - Point Pembahasan Jelaskan subpointnya - Point Analisis & hipotesis, langsung & jelaskan saja & sub topik judul - APD Seuaikan point Pembahasan & Outline.	

Pembimbing II

Mahasiswa Ybs



Dr. Isa Ansori, S.Ag., S.S., M.H.I
NIP.197210071999031002



Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metro.univ.ac.id; e-mail: ppsiainmetro@metro.univ.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
8.	Kamis, 16/25 01	✓	ACC APP OUTLINE Lanjutkan ke Pembimbing I	

Pembimbing II

Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.pps.metrouniv.ac.id; e-mail: pps@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
2.	Senin 17-1-24	✓	Ace APD dan outline lagi	hy

Pembimbing I

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. P.I.A
NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPS)

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.pps.metrouniv.ac.id, e-mail: ppsia@metro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

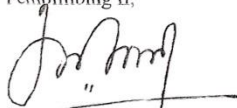
Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM : 2371040052

Prodi : ESY
 Semester/Tahun : IV/2025

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
1.	Jum'at, 7/02/2025	√	- Perhatikan penulisan pada Kata Pengantar, masih proposal Tesis? - Kerangka Pikir diperbaiki! Diagram Kerangka Berpikir tidak sampai mencantumkan tinjauan pustaka, tapi cukup menjelaskan teori yang digunakan. Tidak perlu juga mencantumkan verifikasi instrumen dan pengumpulan data, analisis dan kesimpulan. - Pada sub wawancara, kriteria sampel tidak perlu diulang lagi, buang saja! - Terlalu banyak menampilkan hasil wawancara secara utuh tanpa diolah. Seharusnya semua hasil wawancara dikategorisasi secara umum terlebih dahulu, lalu dibuat sub-sub nya. Kemudian data dari responden itu di narasikan oleh peneliti diberi rujukan setiap narasi berdasar hasil wawancara. Setelah itu hasilnya didialogkan dengan	

			Teori Yang Ditulis Di Bab II. - Kata Pendahuluan pada Deskripsi Umum hapus dan persingkat! - Susunan Kepengurusan di masukkan dalam lampiran saja! - Dialog APD/wawancara dilampirkan di lampiran akhir saja! - Pada analisis di bab 4 tidak perlu ditampilkan uraian bincang wawancara! - Kesimpulan harus menjawab 2 pertanyaan penelitian!	
--	--	--	--	--

Pembimbing II,



Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs,



Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telephone (0725) 41507 Faksimili (0725) 47296 Website: www.pps.metrouniv.ac.id e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM : 2371040052

Prodi : ESY
 Semester/Tahun : IV/2025

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
10	Selasa, 25/02/2025	✓	- Perhatikan Penulisan pada Sistematika Penulisan, tidak boleh menggunakan kata yaitu dan meliputi di setiap awal kalimat! - Perhatikan uraian deskripsi pada kerangka pikir! - Teknik sampling dimasukkan dalam Sumber data Primer bukan wawancara! - Hapus kata populer pada sub bab IV! - Pada Kesimpulan, Setiap jawaban rumusan masalah diberi paragraph yang berbeda! - Matangkan analisis datanya, tampilkan teori dan masalah lapangan!	

Pembimbing II,

Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
 NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs,

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM. 2371040052



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507. Faksimili (0725) 47296. Website: www.pps.metrouniv.ac.id. e-mail: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2025

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
1	Rabu, 05/03/2025	√	- Perbaiki kembali deskripsi pada Kerangka Pikir! - Masih ada kata populer, hapus saja! - Wawancara jenis apa dimantapkan penjabarannya!	

Pembimbing II,

Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs,

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47290, Website: www.pps.metrouniv.ac.id, e-mail: ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

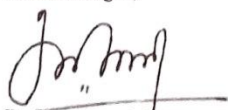
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO**

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2025

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
42	Senin, 10/03/2025	√	- Tambahkan kembali detail analisis penelitian Anda!	

Pembimbing II,



Dr. Isa Ansori, S.Ag, S.S, M.H.I
NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs,



Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Jember Jember Metro Timur Kota Metro Lampung 38111
Telepon (0725) 41507 Faksimili (0725) 47296 Website: www.pts.metroku.ac.id e-mail: pps@pts.metroku.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ISY
Semester/Tahun : IV/2025

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
03	Jum'at, 25/04/2025	√	- ACC Bab IV & V - ACC UNTUK DIMUNAQOSYAHKAN! - Lanjutkan Ke-Pembimbing I!	<i>Jihan</i>

Pembimbing II,

Dr. Isa Ansori, S.Ag., S.S., M.H.I
NIP.197210071999031002

Mahasiswa Ybs,

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.pps.metroainiv.ac.id, e-mail: ppsainivmetro@metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052

Prodi : ESY
Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
1	Senin/ 5-5-24	✓	berhati pengubah motto, lihat catatan dan di kueren kat penghubung juga di awal di awal paragraf Kesimpulan bel menjelaskan keterang penelitian	

Pembimbing I

Prof. Dr. Siti Nurjannah, M.Ag, P.I.A
NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 41759, Website: www.pps.metrouin.ac.id, e-mail: ppsiaimetro@metrouin.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM : 2371040052

Prodi : ESY
 Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ harus diperbaiki	Tanda Tangan
10	14-5-25	✓	Motto lebih baik diambil langsung dari ayat Al-Qur'an bab 10 setelah dita harus dipeleak dan juga harus berkecukupan pada kata-kata baik juga mungkin bisa keluar & tentu penguatan juga sebagai kesimpulan sdr belum selesai	

Pembimbing I

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM. 2371040052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pps.metroiniv.ac.id; e-mail: ppsiaimetro@metroiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS
MAHASISWA PASCASARJANA IAIN METRO

Nama: Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM : 2371040052

Prodi : ESY
 Semester/Tahun : IV/2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/harus diperbaiki	Tanda Tangan
#	2-6-25	✓	Telaah diperbaiki sesuai catatan dan report diikut proses berikutnya Ade dokumen!	ly

Pembimbing I

Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, P.I.A
 NIP. 196805301994032003

Mahasiswa Ybs

Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
 NPM. 2371040052



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS BIAYA ADMINISTRASI PASCASARJANA

Nomor : /In.28.5/D.PPs/PP.00.9/05/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Kasubbag Tata Usaha Pascasarjana IAIN Metro menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : *Shihan Ibtisam Al-Ustadzi*
NPM : *2371040052*
Semester : *V (Empat)*
Program Studi : *Ekonomi Syariah*

Yang bersangkutan dinyatakan LUNAS biaya administrasi Pascasarjana IAIN Metro terhitung mulai tanggal dibuatnya Surat Keterangan ini.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya

Metro, 19-5-2025
Kasubbag Tata Usaha

Nuraini, S.E., M.M.

Turnitin

ORIGINALITY REPORT

17 %	16 %	7 %	5 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2 %
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2 %
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
4	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1 %
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
6	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1 %
7	Submitted to Florida State University Student Paper	<1 %
8	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	<1 %
9	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
10	haji.kemenag.go.id Internet Source	<1 %
11	greenpub.org Internet Source	<1 %
12	www.coursehero.com Internet Source	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-671/In.28/S/U.1/OT.01/07/2025

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : JIHAN IBTISAM AL-USTADZI
NPM : 2371040052
Fakultas / Jurusan : Pascasarjana / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2371040052.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 28 Juli 2025
Kepala Perpustakaan,


Aan Guruh, S.I.Pust.
NIP.19920428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
PASCASARJANA**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA

Nomor : In.28.5/PPs/Perpus/07/2025

Perpustakaan Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Jihan Ibtisam Al-Ustadzi
NPM : 2371040052
Prodi : Magister Ekonomi Syariah

Terhitung sejak tanggal 31 Juli 2025 dinyatakan telah bebas dari pinjaman buku dan koleksi lainnya di Perpustakaan Pascasarjana IAIN Metro.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 31 Juli 2025
Yang menerima

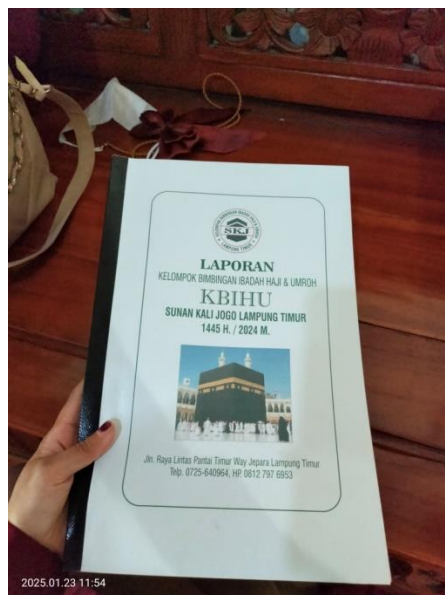
Dr. A. Qomarudin, M.Pd.I
NIP. 19870124 202501 1 001

FOTO DOKUMENTASI







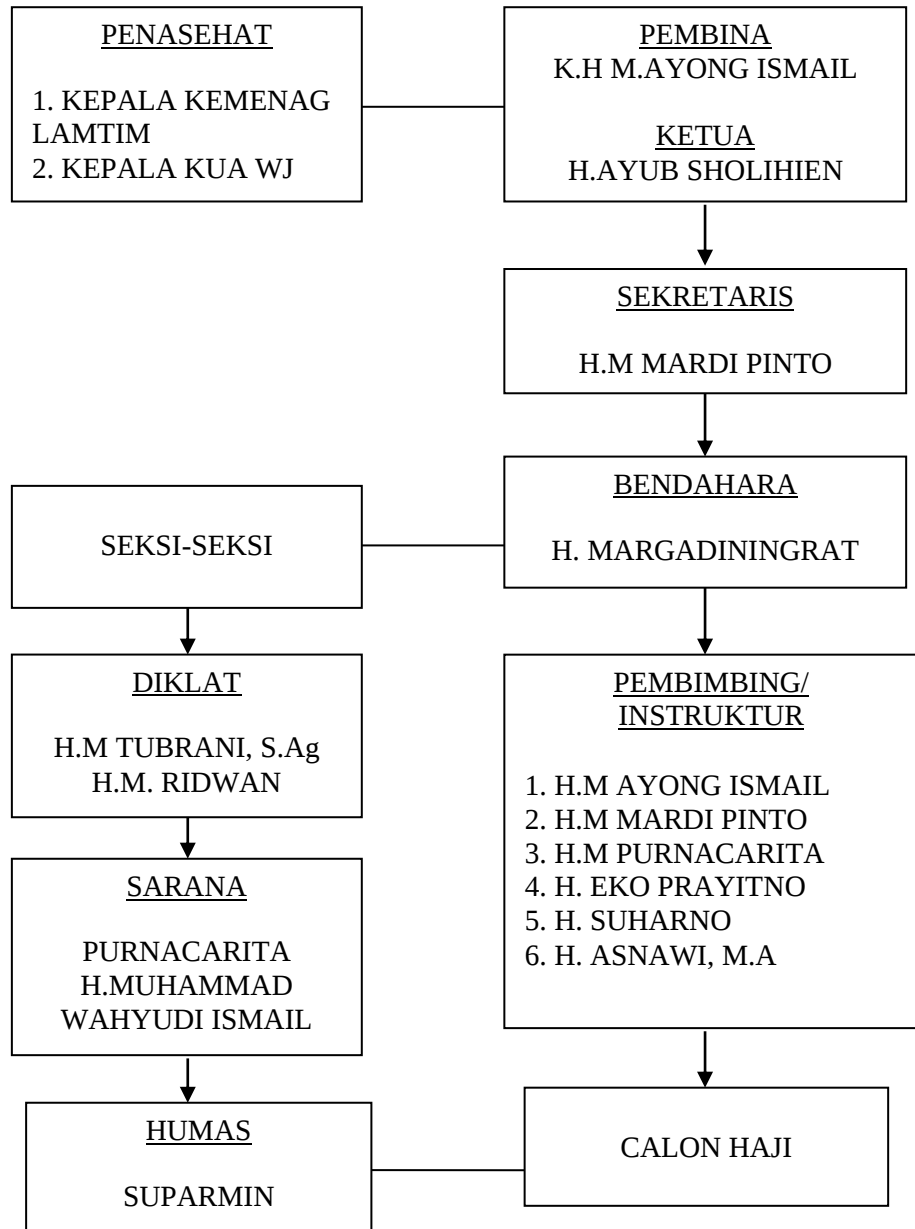






LAMPIRAN STRUKTUR KEPENGURUSAN

Gambar 2.2
Struktur Kepengurusan KBIH Sunan Kali Jogo



Job Description:

1) Penasehat

Penasehat berwenang untuk memberikan nasehat, memberikan petunjuk dan bimbingan yang dianggap perlu atas pengelolaan dan pelaksanaan bimbingan manasik. Kemudian melakukan pengawasan dan penilaian atas sistem pengendalian, pengelolaan dan pelaksanaan pada seluruh kegiatan bimbingan manasik. Memberikan saran-saran perbaikan terhadap kinerja seluruh anggota atau pengurus bimbingan manasik.

2) Pembina

Pembina sebagai lingkup wewenang pembinaan organisasi dalam menetapkan kebijakan umum. Pembina berhak menentukan dan menetapkan kebijakan mengenai perubahan anggaran dasar operasional manasik KBIH Sunan Kali Jogo.

3) Ketua

Ketua dalam hal ini mengatur anggotanya sesuai dengan bidang tupoksi masing-masing anggotanya, mengoordinir organisasi, dan memastikan pengorganisasian berjalan sesuai rencana awal, serta mengevaluasi adanya ketimpangan yang tidak sesuai dengan jalan rencana KBIH Sunan Kali Jogo.

4) Sekretaris

Sekretaris memiliki tugas untuk membuat serta melaksanakan administrasi kegiatan KBIH Sunan Kali Jogo dalam hal bimbingan, kerja sama serta koordinasi antarlembaga yaitu koordinasi dengan pihak Kementerian Agama. Sekretaris pun memiliki tugas untuk membuat laporan kegiatan seperti membuat laporan jumlah jama'ah bimbingan manasik.

5) Bendahara

Bendahara KBIH Sunan Kali Jogo dalam hal ini mengatur segala bentuk keuangan baik pengeluaran maupun pemasukan dari lembaga KBIH Sunan Kali Jogo dan wajib merinci kalkulasi keseluruhan dana setiap harinya.

6) Pembimbing atau Instruktur

Pembimbing atau Instruktur dalam hal ini menjadi kunci utama dalam menanamkan pemahaman kepada konsumen atau jama'ah haji yang menjadi tolak ukur dalam keberhasilan pembinaan kepada konsumen atau jama'ah haji. Disini KBIH Sunan Kali Jogo menempatkan pembimbing pada kecakapan dan profesionalitasnya yang tinggi dan mumpuni.

7) Seksi-Seksi

Seksi-seksi dalam hal ini yaitu anggota yang ditempatkan pada bidangnya masing-masing sehingganya dalam pelaksanaan operasional KBIH Sunan Kali Jogo berjalan dengan efektif dan efisien.

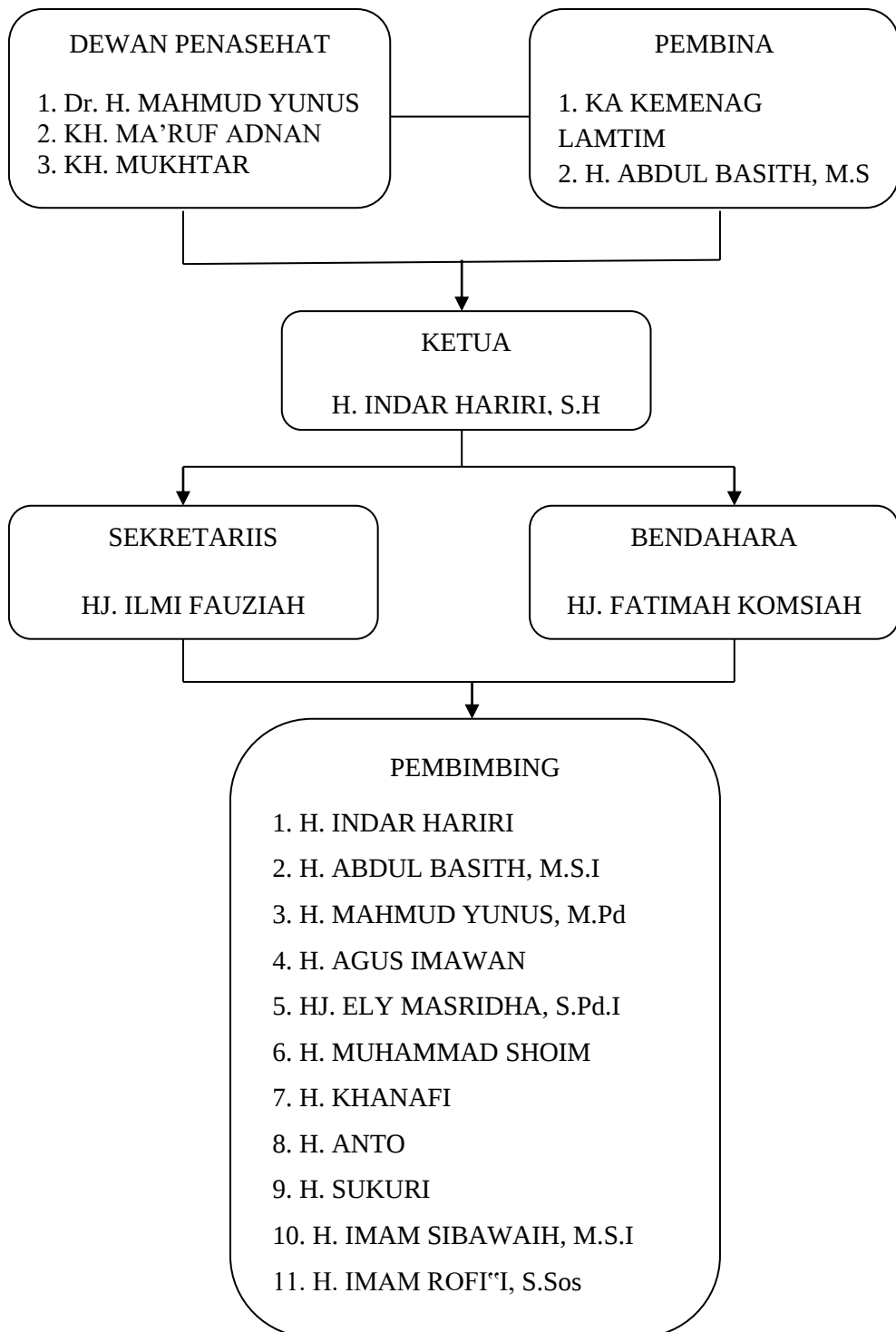
8) Diklat

Dalam Pendidikan dan Pelatihan ini dikhususkan untuk anggota KBIH Sunan Kali jogo, jadi selain dalam hal mengajarkan kepada jama'ah, pengurus dan keseluruhan anggota KBIH Sunan Kali Jogo sudah lebih faham.

9) Humas

Humas dalam hal ini menjaga hubungan baik dengan masyarakat untuk menjalin kerjasama yang baik mendukung kelancaran pelaksanaan lembaga, mengadakan pendekatan melalui pengajian-pengajian dan menelusupkan program dan promosi KBIH Sunan Kali Jogo kepada masyarakat calon konsumen.

Gambar 2.3
Struktur Kepengurusan KBIH Jabal Rahmah



Job Description:

1). Dewan Penasehat

Dewan penasehat berwenang untuk memberikan nasehat, memberikan petunjuk dan bimbingan yang dianggap perlu atas pengelolaan dan pelaksanaan bimbingan manasik. Kemudian melakukan pengawasan dan penilaian atas sistem pengendalian, pengelolaan dan pelaksanaan pada seluruh kegiatan bimbingan manasik. Memberikan saran-saran perbaikan terhadap kinerja seluruh anggota atau pengurus bimbingan manasik.

2). Pembina

Dewan Pembina melakukan pembinaan organisasi sesuai dengan AD dan ART, sehingga Pembina memiliki kewenangan untuk menetapkan kebijakan umum yayasan berdasarkan Anggaran Dasar yayasan. Pembina juga berhak untuk membuat keputusan keputusan mengenai perubahan anggaran dasar, khususnya mengenai anggaran operasional bimbingan manasik.

3). Ketua

Ketua memiliki tugas dalam perencanaan bimbingan manasik, mengatur para pegawai atau staff dalam

melaksanakan pekerjaan sesuai tupoksi masing-masing, ketua pun melakukan evaluasi dari setiap kegiatan yang telah dilaksanakan agar dapat mengetahui apakah bimbingan yang telah dilaksanakan berhasil atau tidak sehingga akan menjadi bahan perbaikan untuk bimbingan selanjutnya.

4). Sekretaris

Sekretaris memiliki tugas untuk membuat serta melaksanakan administrasi kegiatan KBIH Jabal Rahmah dalam hal bimbingan, kerja sama serta koordinasi antar lembaga yaitu koordinasi dengan pihak Kementerian Agama, membuat laporan kegiatan seperti membuat laporan jumlah jama'ah bimbingan manasik.

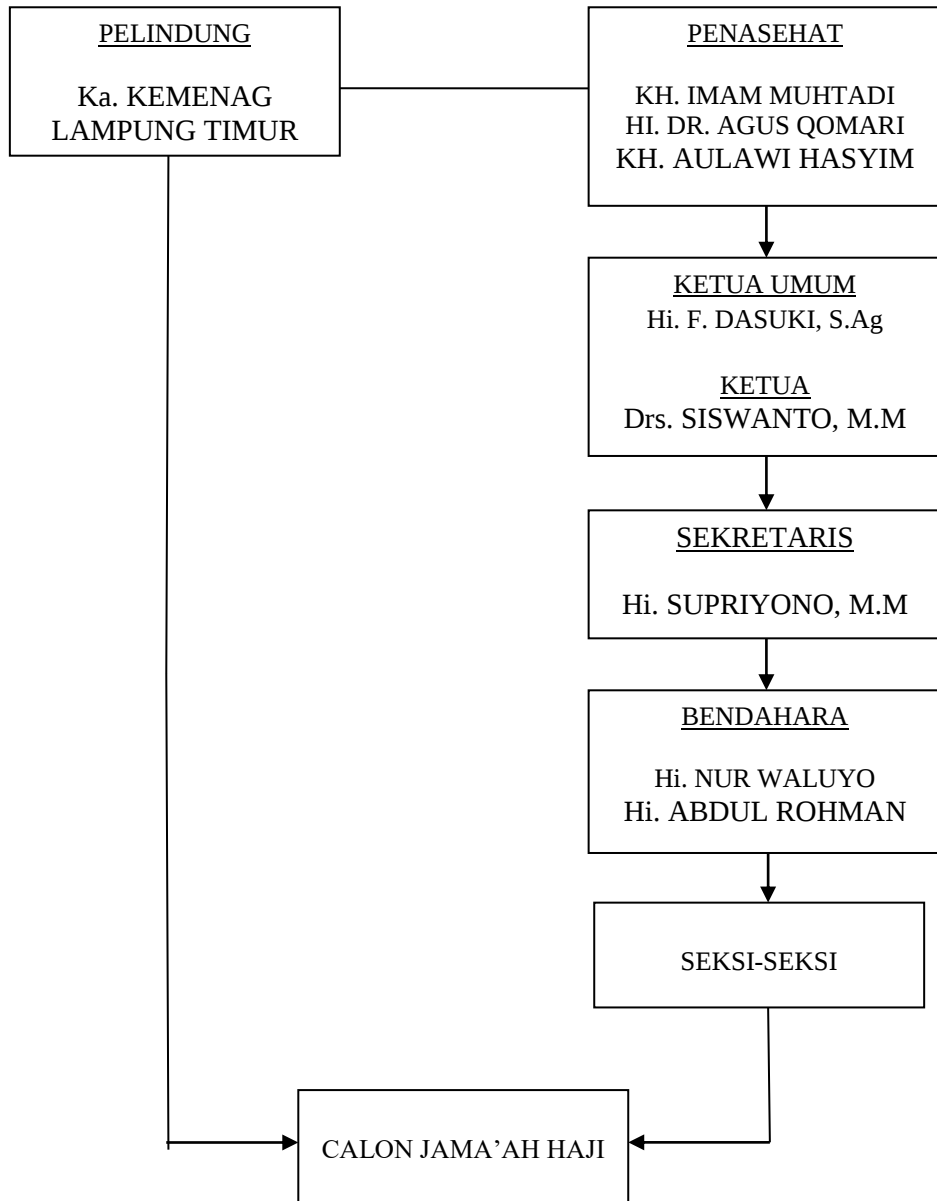
5). Bendahara

Bendahara pada KBIH Jabal Rahmah merupakan pemegang sekaligus sebagai pengelola keuangan. Bendahara memiliki kewajiban untuk mengeluarkan uang untuk kepentingan pelaksanaan kegiatan operasional bimbingan manasik. Bendahara memiliki tugas untuk merinci jumlah dana yang diperlukan untuk operasional kegiatan.

6). Pembimbing

Pembimbing di KBIH Jabal Rahmah merupakan faktor yang sangat mempengaruhi dalam bimbingan manasik. Pembimbing merupakan kunci dari keberhasilan jama'ah dalam meningkatkan kemampuan agar dapat melaksanakan haji dengan baik dan benar.

Gambar 2.4
Struktur Kepengurusan KBIH Nurussalam



Job Description :

1). Pelindung

Pelindung merupakan kuasa tertinggi penyelenggara KBIH Nurussalam Sekampung. Dalam hal ini, Kantor Kementerian Agama Lampung Timur menjadi pelindung berdirinya KBIH Nurussalam Sekampung karena berdirinya KBIH Nurussalam Sekampung sendiri tak lepas dari izin operasional yang diberikan oleh Kementerian Agama Lampung Timur.

2) Penasihat atau Pembina

Penasihat atau Pembina bertanggungjawab dalam memberikan masukan dan membina staff dalam hal pelaksanaan, membina lembaga KBIH Nurussalam dalam segala kebijakan dan ketentuan lembaga.

3) Ketua Umum dan Ketua

Ketua Umum dalam hal ini pemegang jabatan tertinggi dalam kelembagaan, mengawasi dan memegang penuh kuasa pelaksanaan KBIH Nurussalam, Ketua dalam hal ini membidangi Kepala pelaksana manasik haji dan umroh yang ada di KBIH Nurussalam.

4) Sekretaris

Sekretaris dalam hal ini bertugas mencatat, mengolah data kelembagaan. Mencatat seluruh apapun yang berhubungan dengan tata kelola, kestruktur organisasi, evaluasi manajemen pengelolaan lembaga dan lain-lain.

5) Bendahara

Bendahara dalam bidangnya memegang keuangan lembaga terkait keseluruhan pelaksanaan mulai dari uang masuk maupun keluar, menganggarkan anggaran yang dikeluarkan dan pelaporan hasil manajemen keuangan KBIH Nurussalam.

6) Humas

Humas dalam hal ini menjaga hubungan baik dengan masyarakat untuk menjalin kerjasama yang baik mendukung kelancaran pelaksanaan lembaga, dakwah membidangi dalam hal penerjuanan turun bawah kepada masyarakat melalui pengajian-pengajian dengan maksud tambahan sebagai media promosi kepada masyarakat secara langsung.

7). Perlengkapan

Perlengkapan bertanggungjawab dalam mengatasi segala kekurangan yang bersangkutan dengan pelaksanaan manasik haji dan umroh, kemudian untuk bidang kurikulum haji membidangi menyusun kurikulum atau materi haji yang akan disampaikan ketika pelaksanaan manasik haji dan umroh.

LAMPIRAN WAWANCARA LAPANGAN

A. Wawancara kepada Staff Penyelenggara Haji dan Umrah Kementerian Agama Lampung Timur

1. Bapak Rahmat Sodri, S.H.I (Pelaksana Penyusun Perlengkapan Haji), 55 tahun

- a) Menurut analisis data konsumen (jama'ah haji) dari tahun ke tahun pada Kementerian Agama Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana saja yang populer dipilih konsumen di Lampung Timur?

“Menurut data kalkulasi kami, 3 KBIH yang populer dari tahun ke tahun dan tidak berubah urutannya, pertama ada KBIH Sunan Kali Jogo, KBIH Jabal Rahmah, dan KBIH Nurussalam. Ketiga itu top populer mbak tidak pernah berubah.”

- b) Berdasarkan analisis Kelompok Bimbingan Ibadah Haji populer dari tahun ke tahun, faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur?

“Menurut pengalaman saya dalam menangani konsumen yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur, Rekomendasi Tokoh Ulama' maupun sanak saudara menjadi pendongkrak utama dalam menarik minat konsumen atau jama'ah haji. hal ini dibuktikan dengan adanya konsumen yang setiap saya tanyakan kenapa kok milih disini bu, tau darimana

informasinya? Pasti dengan mantap mereka menjawab, dari kyai saya pak, dari saudara saya yang pernah di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang saya pilih. Karena memang rekomendasi dari mulut ke mulut itu ibarat strategi ajakan yang tidak butuh diragukan lagi penyebaran pengaruhnya mbak”

- c) Menurut Anda, apa kelebihan dan keunikan dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer pada kalangan konsumen di Lampung Timur ini?

“Pastinya masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) punya kelebihan dan keunikan dalam hal menarik minat konsumen untuk bergabung mba entah dari pelayanannya, program kegiatannya, promosinya, lokasinya yang dekat dengan kediaman calon jama’ah atau hal lain yang menarik hati calon konsumen. Ini faktor yang mendukung Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dalam menyebarkan dan meluaskan penjangkaran calon konsumen yang ada di Lampung Timur”

- d) Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama’ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok-Kelompok Bimbingan Ibadah Haji tersebut? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut!

“Selama ini jarang si mbak yang bilang secara langsung, namun ada satu dua orang konsumen yang kadang mengajak ngobrol dan bincang-bincang terkait nanti KBIH yang mereka ikuti untuk manasik. Biasanya dari rekoman, promosi sama pelayanannya kalo ndak loksi terdekat dari kedaiman konsumen. Yang jelas kalo rekom kan jadi tau seberapa rating penilaiannya, promosi sama pelayanan jelas, dan lokasi juga pasti jadi pertimbangan terutama bagi para lansia.”

- e) Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok-Kelompok Bimbingan Ibadah Haji tersebut?

“Biasanya dari informasi yang mereka dapatkan ini menjadi titik pendukung KBIH-KBIH yang ada di Lampung Timur, informasi ini biasanya lebih ke mempengaruhi bagaimana mereka memilih, lebih memilih faktor apa yang utama menjadi pertimbangan mengambil keputusan.”

- f) Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?

“Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumen saya rasa dari lokasi mbak, iya untuk lokasi juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur ini, kalau untuk pembagian wilayah atau lokasi penargetan calon konsumen daya kurang faham akan hal itu mbak, lebih lengkapnya pihak KBIH sendiri yang telah berkoordinasi dengan KBIH lain.”

- g) Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer di Lampung Timur?

“Kalo untuk ketiga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang populer di Lampung Timur dari tahun ke tahun ini, selain dari faktor rekomendasi, faktor promosi dan pelayanan menjadi alasan yang tidak kalah dominan

dalam mempengaruhi mereka sebagai konsumen bergabung dan memilih KBIH-KBIH populer tersebut bu. Jadi kalo menurut pandangan saya selama ini melihat ketiga KBIH itu populer karena memiliki nama yang bagus akibat dari kesesuaian promosi dengan pelayanan yang diberikan. Pertama untuk KBIH Sunan Kali Jogo, promosi mereka dimana mereka itu gabungan dari beberapa kelompok mereka menggunakan pendekatan halus. Kelompok mereka itu berpenjual mempromosikan kepada masyarakat dan calon konsumen dan saya tau sendiri pelayanan di Sunan Kali Jogo itu sangat bagus sehingga secara tidak langsung membuat orang-orang berperilaku mempromosikan dan merekomendasikan kepada masyarakat dan calon konsumen lain. Haji Ayong itu tiap tahunnya selalu berangkat haji bagaimana pun caranya dia selalu mengusahakan ntah itu melewati jalur pendamping haji, haji mandiri ataupun petugas Haji Indonesia, beliau memastikan bahwa pelayanan Sunan Kali Jogo itu tidak hanya bagus ketika di Tanah Air saja namun juga saat di Tanah Suci hingga kembali lagi ke Indonesia. Kalau untuk KBIH Jabal Rahmah promosinya juga lewat pendekatan kompleks kepada masyarakat. Meskipun KBIH Jabal Rahmah ini milik mandiri tidak seperti Nurussalam dan Sunan Kali Jogo namun dalam hal ini pimpinan KBIH Jabal Rahmah merupakan Gus pondok pesantren yang mempromosikan secara gencar terhadap wali santri dari ponpes yang beliau pegang. Pelayanannya pun juga bagus kalau saya dengar dari konsumen atau jamaah yang telah berangkat lalu. Nurussalam sendiri ini juga bagus dalam promosi dan pelayanannya meskipun termasuk dalam KBIH termuda di Lampung Timur juga mampu menjadi kategori KBIH populer di Lampung Timur. Promosinya melalui pengajian-pengajian tentunya pendekatan terhadap masyarakat yang sangat awam, pelayanannya pun terkenal sangat bagus, mereka itu setiap ada yang daftar haji saja diantar, kemudian waktu pemberangkatan juga membawakan dan membantu konsumen atau jama'ah haji mengikat kopernya. Itu yang menjadi nilai plus di mata dan hati masyarakat terutama jama'ah yang sudah tua kesusahan membawa koper dan sering bingung terkait teknis-teknis pendaftaran sampai pemberangkatan."

- h) Apakah rekomendasi dari Tokoh atau Ulama' sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer bagi konsumen di Lampung Timur?

“Iya mbak, seperti yang saya katakan tadi, bahwa alasan yang sering menjadi alasan konsumen itu dari rekomendasi baik dari Kyai, Tokoh Masyarakat, Teman maupun Sanak Saudara”

- i) Berdasarkan pengalaman Anda sebagai penyelenggara haji, bagaimana proses dan tahapan konsumen (jama'ah haji) memilih dari awal hingga akhir dalam memilih dalam bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Biasanya bermula dari ketidaktahuan ilmu pengetahuan manasik calon konsumen, lalu adanya rekomendasi, promosi sama pelayanan dan faktor lokasi. Dari faktor-faktor itu digali informasi lebih lanjut untuk difikirkan segi mana yang lebih penting bagi calon konsumen. Setelah mempertimbangkan banyak faktor dan keadaan, akhirnya calon konsumen memilih di KBIHU mana ia akan bergabung. Adapun pasca pembelian itu merupakan imbas dan bentuk dari output yang baik dari pihak lembaga, semakin puas konsumen semakin loyal pula ia kepada lembaga.”

2. Bapak Sholihun (Pelayanan dan Akomodasi Haji), 42 tahun

- a) Menurut analisis data konsumen (jama'ah haji) dari tahun ke tahun pada Kementerian Agama Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana saja yang populer dipilih konsumen di Lampung Timur?

“Sama seperti yang dikatakan Pak Rohmat mbak, kalkulasi data kami dari tahun ke tahun tetap ke Sunan Kali Jogo, Jabal Rahmah dan Nurussalam.”

- b) Berdasarkan analisis Kelompok Bimbingan Ibadah Haji populer dari tahun ke tahun, faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur?

“Sejauh ini Rekom menjadi faktor utama konsumen memilih KBIH yang ada di Lampung Timur.”

- c) Menurut Anda, apa kelebihan dan keunikan dari masing-masing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer pada kalangan konsumen di Lampung Timur ini?

“Kalo menurut saya, KBIH Sunan Kali Jogo itu udah punya nama, faktor rekom sana-sani karena pimpinannya itu kan terkenal cekatan dan bagus mengelola, pelayanan bagus. Kalo Jabal Rahmah itu kan terkenal pelayanannya, kalo Nurussalam itu pelayanannya bagus poll juga.”

- d) Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama'ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok-Kelompok

Bimbingan Ibadah Haji tersebut? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut?

“Iya pernah slentingan dengar dari konsumen dan dari konsumen pasti beda-beda, ada sebagian dari Sunan Kali Jogo yang dominan bagian rekom, tapi sebagian kecil juga bagian ke pelayanan, promosinya atau lokasinya, begitupun dengan KBIH Jabal Rahmah, dan Nurussalam.”

- e) Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok-Kelompok Bimbingan Ibadah Haji tersebut?

“Sama dengan Pak Rohmat ya mbak menurut saya juga informasi menentukan nanti ditahap penentuan dan pemilihan pengambilan keputusan.”

- f) Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?

“Sejauh ini lansia mungkin mempertimbangkan hal ini, tapi beberapa juga tidak tergantung dari pribadi konsumen masing-masing.”

- g) Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer di Lampung Timur?

“Kalo pelayanan mesti ya mbak, karena saya pun kalau memilih jasa juga mempertimbangkan pelayanan sama promosi yang menarik, kalau promosinya saja ga

menarik gimana konsumen mau tertarik buatc bergabung kan, sejauh saya pernah ngobrol dengan jama'ah pasti menginginkan yang terbaik, atau mendengar review pelayanan yang baik, contoh hal yang mengkambinghitamkan Nurussalam itu kan ga berpengaruh sama minat konsumen karena udah terkenal pelayanannya yang bagus. Mungkin kalo promosi dari semua KBIH itu lebih ke pendekatan jemput bola dan gak eksis di sosial media padahal jika sosial media itu sendiri juga bisa mandongkrak lebih banyak konsumen yang bergabung.”

- h) Apakah rekomendasi dari Tokoh atau Ulama’ sering menjadi alasan konsumen (jama’ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang populer bagi konsumen di Lampung Timur?

“Iya mbak sering jadi alasan karena rekom itu kan dari orang yang pernah bergabung disana, dan pastinya juga ga sembarang orang akan rekomin ke oranglain jadi ga perlu diragukan lagi, konsumen kebanyakan orang-orang tua yang kurang paham akan langsung mengiyakan.”

- i) Berdasarkan pengalaman Anda sebagai penyelenggara haji, bagaimana proses dan tahapan konsumen (jama’ah haji) memilih dari awal hingga akhir dalam memilih dalam bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Sama saja urutannya di pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Cuma di pencarian informasi dan evaluasi itu yang jadi penentu pengambilan keputusan terhadap konsumen memilih KBIH.”

B. Wawancara kepada Staff Sampel Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Lampung Timur

1. Ibu Cupa Anjelia (Staff Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo, Way Jepara

- a) Sedari tahun berapa Anda bergabung dalam kepengurusan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya baru mbak disini, baru dari tahun 2023.”

- b) Bagaimana sejarah berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalau sejarahnya saya kurang paham mbak, tapi ini ada detail arsip terkait sejarah Lembaga ini.”

- c) Berdasarkan pengalaman Anda dan data konsumen yang ada, apa motivasi utama konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Motivasinya tentu ingin menjadi jama'ah yang memiliki pengetahuan terbaik untuk bekal di Tanah Suci Mekkah nanti, ingin mempersiapkan bekal terbaik untuk ibadah paripurna ini mbak.”

- d) Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama'ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut!

“Iya mbak pernah, itupun macam-macam, ntah dari rekom temen, keluarga, tokoh masyarakat, dari promosi kami, pelayanan kami dan lainnya.”

- e) Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tentu iya mbak, biasanya kalo mereka orang yang faham hal seperti ini, akan banyak pertimbangan saat memutuskan, tapi kalau mereka tipe konsumen yang manut aja karena ndak tau informasi ya ngikut aja apa yang direkomin biasanya.”

- f) Apakah rekomendasi dari keluarga atau teman sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) sering menjadi alasan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji?

“Rekomendasi menjadi tonggak dan strategi utama dalam menarik konsumen mbak, kami pihak Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo tidak mempunyai brosur namun dalam hal ini konsumen atau jama'ah haji sudah sangat percaya terhadap lembaga kami dikarenakan rekomendasi terpercaya dari pihak kerabat, teman maupun tokoh yang pernah menggunakan dan bergabung dengan kami sebelumnya di Sunan Kalijaga. Pimpinan kami termasuk dalam Tokoh terkenal yang sudah mengenal dan mempunyai relasi yang luas, jadi udah otomatis dari mulut ke mulut sudah efektif tanpa harus koar-koar promosi di sosial media maupun pembagian brosur dan pamflet”

- g) Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?

“Saya kan bergabung disini masih sedari 2023 ya mbak, jadi menurut saya untuk KBIH Sunan Kali Jogo ini faktor lokasi memang tidak terlalu berpengaruh dalam menarik konsumen. Rata-rata konsumen atau jama’ah haji kami hanya berasal dari Way Jepara dan Labuhan Maringgai saja, untuk Labuhan Ratu itu pun hanya sedikit, terhitung dari jama’ah kami pertahun lebih dari 200 orang, dan untuk 2025 ini sudah 300 lebih yang mendaftar mbak. Kurang faham untuk KBIH lain mungkin juga tidak terlalu berpengaruh. Kalau untuk pembagian target wilayah calon konsumen kami semengalirnya saja mbak tidak harus terpatok dan bergabung bersama kami walaupun misalnya lokasi rumah konsumen dekat dan memilih KBIH lain itu sudah menjadi hak daripada konsumen itu sendiri dengan berbagai pertimbangan dalam penentuan keputusan.”

- h) Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama’ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Untuk sosial media kami ada hanya instagram dan facebook mbak, untuk promosi terkait brosur kami tidak ada. Jadi promosi kami pendekatan melalui tokoh atau kelompok kami, mungkin sesekali kami mengadakan pengajian dan sosialisasi terkait lembaga kami, menghadari walimatussafar jama’ah dan tentunya kami memiliki grup alumni untuk kami share terkait informasi mengenai lembaga kami Sunan Kali Jogo ini. untuk pelayanan sendiri sudah terbukti dari informasi yang alumni berikan mbak sehingga faktor promosi dan pelayanan ini menjadi faktor pendukung dominan.

mereka para calon konsumen langsung datang kesini di kantor kami mendaftarkan untuk bergabung, baru kami jelaskan program kegiatan kami, biaya, dan lainnya. Jadi mereka kesini itu sepenuhnya yakin akan pelayanan yang diberikan, bukan masalah biaya mbak karena kan kita tentunya menginginkan yang terbaik guna bekal ke Tanah Suci. Mereka percaya akan promosi dan pelayanan yang kami berikan meskipun mereka belum pernah merasakannya sendiri. Pelayanan kami yang membuat nama lembaga ini besar dan terkenal mbak, insya Allah barokah. Terkait kritikan dalam pelayanan tentunya lembaga manapun pasti tidak ada yang sempurna begitupun kita sebagai manusia tidak ada yang sempurna, tingkat dan indikator kepuasan dalam pelayanan pasti ”

- i) Apakah konsumen (jama'ah haji) pernah memberikan masukan terkait evaluasi dalam menarik minat konsumen selanjutnya dalam menetapkan pilihan dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? dan bagaimana pihak lembaga ini menyikapi masukan konsumen tersebut?

“Pernah ada masukan terkait penambahan SDM dari konsumen mbak, karena memang dari tahun ke tahun konsumen kami meningkat jadi butuh penambahan SDM, tentu juga kami tidak asal-asalan dalam merekrut dan tetap mempertahankan kualitas kami. Satu lagi dari promosi sosmed mbak, jadi memang target kami itu kan orang-orang tua jadi kami pikir tidak perlu terlalu mengencarkan di bagian sosmednya. Ada mbak kami sosmed intagfram dan facebook tapi jarang untu uploadnya. Pihak lemabga pasti merespon baik terkait masukan-masukan yang membangun ini dan menjadi bahan evaluasi kedepannya.”

- j) Menurut Anda, aspek apa yang kebanyakan atau dominan konsumen sukai di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Aspek pelayanan mbak biasanya banyak disukai konsumen kami, penilaian mereka terhadap pelayanan kami bagus katanya.”

- k) Strategi dan pengembangan apa yang menjadi pendukung dan andalan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dalam menarik konsumen (jama'ah haji) memilih bergabung?

“Kami slalu menggercarkan strategi di bagian jemput calon konsumen sama peningkatan kualitas, kami utamain pelayanan mbak, jadi kalo udah dari pelayanan bagus, kedepan pasti akan jadi rekomendasi untuk orang-orang.”

- l) Apa visi dan misi untuk mempertahankan dan mempengaruhi perilaku konsumen memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Visi dan misi kami tentunya mengembangkan program-program kegiatan yang dapat meningkatkan pemahaman kepada jama'ah sehingga menjadikan konsumen puas dan memiliki kompetensi yang bagus.”

- m) Bagaimana proses dan tahapan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya pasti calon konsumen yang tidak tahu akan lembaga dikasih tau, dilakukan pendekatan oleh lembaga untuk lebih mengenal KBIH, setelah itu

biasanya calon konsumen cari informasi lebih lanjut dan perbandingan pasti ada, membandingkan mana yang lebih bagus untuk diri calon konsumen lalu memutuskan pilihannya mbak.”

2. Ibu Etiya Thoharoh (Staff Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Jabal Rahmah, Sukadana

- a) Sedari tahun berapa Anda bergabung dalam kepengurusan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya bergabung sedari tahun 2021 mbak.”

- b) Bagaimana sejarah berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sejarah saya kurang tau ya mbak, tapi ini ada data arsip Jabal Rahmah yang bisa jadi acuan, karena kalo bicara soal sejarah itu takut salah menceritakan, yang lebih paham sepuhnya atau dari Gusnya langsung ini. ini udah ada kok mbak arispnya.”

- c) Berdasarkan pengalaman Anda dan data konsumen yang ada, apa motivasi utama konsumen (jama’ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Motivasinya untuk dapat ilmu yang banyak dan jadi haji yang mabrur mbak.”

- d) Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama’ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok

Bimbingan Ibadah Haji ini? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut!

“Pernah si mbak sliweran alasan pertama dari rekom, ada juga dari lokasi yang dekat sama pelayanan.”

- e) Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo informasi yang saya tahu bisa jadi opsi pemilihan calon konsumen mbak, jadi setelah dia dapet banyak informasi terkait KBIH yang lain pasti nanti dibandingkan untuk dipilih yang terbaik.”

- a) Apakah rekomendasi dari keluarga atau teman sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) sering menjadi alasan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji?

“Kalau untuk rekomendasi menjadi faktor utama si mba dalam mempengaruhi perilaku konsumen bergabung ke Jabal Rahmah tentunya. Bahkan kami tidak mempunyai sosmed mba, mereka sudah mengenal kami melalui rekomendasi tokoh ataupun keluarga tentunya dari grup alumni yang kami bentuk saat menjadi konsumen kami, dan secara tidak langsung segala informasi yang kami bagikan juga mereka rekomendasikan terhadap teman, kerabat dan keluarga. Bisa dibilang rekomendasi ini bisa menjadi 90% faktor penyebab konsumen memilih lembaga Jabal Rahmah kami.”

- b) Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?

“Faktor lokasi untuk KBIH Jabal Rahmah ini tidak begitu berpengaruh menurut saya mbak, ya mungkin ada pengaruhnya untuk sebagian kecil konsumen, karena masyarakat atau konsumen kami dari berbagai tempat, bukan hanya sekedar terdekat atau wilayah Sukadana saja”

- c) Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Promosi dulu kami pernah mempunyai sosial media mbak kaya facebook tapi ngga berjalan efektif dan tidak berpengaruh terhadap peningkatan konsumen kita, brosur dan pamphlet kami juga tidak ada. Kalau untuk promosi lebih ke menghadiri pengajian-pengajian walimatussafar dan menyelipkan ringkasan tentang program kita, kita juga grup angkatan yang bisa diselipkan promosi untuk dibagikan kepada calon konsumen lain ntah dari pihak keluarganya, teman ataupun kenalan lain dari konsumen kita mbak. Kalau untuk pelayanan kami juga pernah mendapat review bagus dari konsumen kita mbak Alhamdulillah dapat menciptakan kepuasan pelayanan untuk konsumen.”

- d) Apakah konsumen (jama'ah haji) pernah memberikan masukan terkait evaluasi dalam menarik minat konsumen selanjutnya dalam menetapkan pilihan dan bergabung di Kelompok Bimbingan

Ibadah Haji ini? dan bagaimana pihak lembaga ini menyikapi masukan konsumen tersebut?

“Ada mbak pernah, masukan terkait promosi dan informasi di sosila media, ini yang kasih masukan dari ibu sosialita tapi Jabal Rahmah malah suka dengan adanya msukan seperti ini.”

e) Menurut Anda, aspek apa yang kebanyakan atau dominan konsumen sukai di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Biasanya itu bagian pelayanan kita mbak yang banyak disukai konsumen.”

f) Strategi dan pengembangan apa yang menjadi pendukung dan andalan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dalam menarik konsumen (jama'ah haji) memilih bergabung?

“Strategi kita ngencengin promosi ke pengajian-pengajian yang targetnya ibu-ibu dan bapak-bapak yang terbilang sudah tidak muda lagi, kalo pengembangannya kita pengen ngembangin kegiatan manasik yang lebih mudah dipahami konsumen.”

g) Apa visi dan misi untuk mempertahankan dan mempengaruhi perilaku konsumen memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Visi misi kita mencetak jama'ah yang berkualitas dengan mencetak pembimbing yang berkompeten dahulu untuk akhirnya bisa memahami konsumen.”

- h) Bagaimana proses dan tahapan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Proses konsumen awalnya cari info terkait KBIH, dari banyaknya KBIH itu menjadi pertimbangan calon konsumen, setelah mempertimbangkan baru memutuskan KBIH mana yang dipilih oleh konsumen.”

3. Bapak Khoirul Anwar (Staff Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam, Sekampung

- a) Sedari tahun berapa Anda bergabung dalam kepengurusan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya gabung dari tahun 2018 awal mbak tepatnya.”

- b) Bagaimana sejarah berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“KBIHU ini merupakan KBIHU termuda di Lampung Timur setelah Multazam yang merupakan sebuah wadah yang membantu tersenyelenggaranya ibadah haji berbentuk organisasi bersama, bukan yayasan yang bersifat pribadi seperti KBIHU pada umumnya. Mulanya, KBIHU Nurussalam Sekampung didirikan pada tahun 2013, mengingat banyaknya jama’ah haji di KBIHU Jabal Rahmah Sukadana tidak tertampung yang menyebabkan tidak terkontrolnya pembinaan manasik sehingga jama’ah haji banyak yang ngawur dan bingung saat pelaksanaan ibadah haji di Tanah Suci, banyaknya jama’ah haji yang tidak paham mengenai ilmu manasik haji, dan kurangnya minat calon jama’ah haji yang mengikuti manasik di KBIHU Jabal Rahmah. Bapak Supriyono dan Bapak Siswanto berinisiatif untuk membuka Yayasan Bimbingan Haji dan Umroh yang diniatkan untuk mencetak calon-calon tamu Allah secara

mabrur pada tahun 2012 kemudian diurus selama satu tahun lamanya hingga turun surat dari Kementrian Agama Lampung Timur.”

- c) Berdasarkan pengalaman Anda dan data konsumen yang ada, apa motivasi utama konsumen (jama'ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Motivasi tentunya ingin menambah ilmu, mempersiapkan bekal terbaik untuk ke Tanah Suci agar lebih maksimal.”

- d) Apakah Anda pernah mendengar langsung dari konsumen (jama'ah haji) alasan mereka dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? Jika pernah, sebutkan alasan dari konsumen tersebut!

“Mereka alasannya dari rekomendasi temen, keluarga, dll si mbak beda-beda tapi kebanyakan gitu.”

- e) Bagaimana Anda melihat peran pengetahuan dan informasi konsumen (jama'ah haji) terhadap keputusan mereka memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sangat berperan buat keputusan si mbak, kalo informasi yang didapat gak bener otomatis keputusan yang diambil konsumen bisa jadi gak jadi gabung mbak.”

- f) Apakah rekomendasi dari keluarga atau teman sering menjadi alasan konsumen (jama'ah haji) sering menjadi alasan dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji?

“Kami Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurussalam itu kan suatu lembaga milik kelompok ya mba, jadi ada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang mandiri secara berdiri dan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) milik kelompok, mudah bagi kami Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang milik kelompok ini menarik konsumen atau membuat konsumem bergabung bersama kami, kami sebagai gabungan dari tokoh masyarakat masing-masing merekomendasikan kepada jama’ah dan masyarakat kami sehingganya kolaborasi antarmereka membuat dan menyusun strategi yang cepat dan efektif secara otomatis”

g). Menurut Anda, sejauh mana lokasi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung?

“Lokasi tentunya berpengaruh mbak terhadap perilaku konsumen memilih suatu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Lampung Timur ini, untuk setiap KBIH pastinya menargetkan calon konsumen sesuai wilayah terutama wilayah terdekat dengan KBIH. Untuk KBIH Nurussalam ini kami kebanyakan dari Bumi Agung. Adapun konsumen lain dari Sekampung, Sekampung Udik, Batanghari, Marga Tiga. Untuk lokasi kami yang masih menumpang menjadi satu dengan bangunan milik pimpinan ini sebenarnya hanya tinggal membangun saja, tetapi karena beberapa urusan dan musim hujan kami belum bisa membangun mbak, untuk dana sudah ready. Untuk jama’ah haji kami dari tahun fluktuaktif tapi tidak pernah di bawah 100 mbak. Pelayanan juga tentunya berpengaruh karena menurut kami jika kita memaksimalkan pelayanan yang otomatis akan menjadikan promosi berantai dengan rekomendasinya kepada calon konsumen lain, istilahnya biarlah konsumen yang berbicara soal kualitas. Untuk pelayanan kami selalu memandu dari pendaftaran hingga pemberangkatan bahkan untuk masalah membantu

mengangkat koper mbak itu bisa menjadi nilai plus konsumen terhadap lembaga Nurussalam ini. Bahkan dari segi tes kesehatan sebenarnya kami ingin kesehatan diprioritaskan diawal sehingga nanti tidak riweh diakhir deadline pemberangkatan. Jika dirasa nanti ada yang bermasalah diawal kan bisa kita atasi dan deteksi sembari masih ada jangka waktu yang lama sebelum pemberangkatan tapi dalam hal ini tidak sejalan dengan program dari Kementerian Agama sendiri.”

- a) Apakah peran promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen (jama’ah haji) dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalau untuk promosi kami tidak terlalu menggencarkan di sosial media mbak karena target kami kan para orangtua atau calon konsumen yang dibilang sudah tak lagi muda, mereka tidak paham dan menggunakan sosmed, kami hanya melakukan pendekatan lebih terutama kepada jama’ah mandiri, kami datang ke diaman mereka, kami promosikan program-program kami, kami juga melakukan promosi melalui pengajian-pengajian dan walimatussafar. Kami rasa semua KBIH yang ada di Lampung Timur ini menggunakan strategi pendekatan yang hampir mirip-mirip seperti ini. kami punya kelompok yang juga berfungsi sebagai promosi lembaga dan juga grup alumni per-angkatan sebagai penyalur atau promosi kepada keluarganya, temannya, ataupun tetangganya yang ingin bergabung bersama kami. Pada sesungguhnya pendekatan ini dilakukan oleh tim professional yang sudah terbiasa menganggap banyak karakter masyarakat dan calon konsumen. Untuk pelayanan kami tentunya memberikan yang terbaik sehingga konsumen sendiri yang bisa menilai, kami mengantarkan jama’ah yang kebingungan saat mendaftar ke Kemenag, telaten memberikan arahan dan bimbingan.”

- b) Apakah konsumen (jama'ah haji) pernah memberikan masukan terkait evaluasi dalam menarik minat konsumen selanjutnya dalam menetapkan pilihan dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? dan bagaimana pihak lembaga ini menyikapi masukan konsumen tersebut?

“Pernah mbak dan itu kami respon dengan baik, terkait pelayanan kami yang terbatas karena kurangnya SDM kita karena sudah ada yang jadi PNS jadi tidak lagi bisa terfokus disini, sudah terbagi-bagi.”

- c) Menurut Anda, aspek apa yang kebanyakan atau dominan konsumen sukai di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Yang paling disukai yaitu dari pelayanan kami, meskipun pernah ada isu yang gak mengenakkan terkait dana yang dibawa kabur yang ga bener itu ga mempengaruhi mereka memilih KBIH kami karena sudah terkenal bagus pelayanannya di mata konsumen.”

- d) Strategi dan pengembangan apa yang menjadi pendukung dan andalan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dalam menarik konsumen (jama'ah haji) memilih bergabung?

“Strategi kami pasti melakukan jemput bola terhadap jama'ah di rumah-rumah dan pengembangan promosi secara langsung, jadi kami terjunkan orang-orang yang benar-benar cakap di bidang komunikasi dengan konsumen.”

- e) Apa visi dan misi untuk mempertahankan dan mempengaruhi perilaku konsumen memilih bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Visi misi kami dalam mempertahankan dan mempengaruhi perilaku konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan dan pemahaman secara maksimal dengan mengimplementasikan strategi tadi mbak, dengan begitu kemantapan dan kualitas kami semakin meningkat untuk menarik minat konsumen.”

- f) Bagaimana proses dan tahapan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Calon konsumen cari informasi atau nggak biasanya sadar sama kekurangan dirinya yang kurang mumpuni di bidang haji dan pelaksanaannya, jadi dia cari solusi atas masalah dirinya, dia cari informasi atau dapet informasi tentang lembaga-lembaga yang bisa memberikan pemahaman dan ilmu bekal untuknya, biasanya informasi terkait lembaga itu kan ndak cuma satu lembaga aja ya mbak, dari sekian informasi ini dia mempertimbangkan segala aspek dari yang menurut dia lebih baik buat dia, lalu atas pertimbangannya dia memutuskan keputusannya memilih yang mana.”

C. Wawancara kepada Konsumen (Jama'ah Haji) pemberangkatan 2 tahun terakhir (2023-2024) yang menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Lampung Timur

1. Bapak Iwan Musthofa, Way Jepara (Konsumen KBIH Sunan Kali Jogo tahun 2023)

a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Usia saya 40 tahun mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

”2023 mbak.”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Saya memilih KBIH Sunan Kali Jogo mbak”

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Saya suka program-program yang disampaikan mbak, menurut saya beda dengan yang lain.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Banyak faktor ya mbak, karena ajakan teman terus juga keluarga, lokasi juga dekat, pelayanan bagus, banyak si mbak.”

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pertama kali saya mendengar tentang Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Sunan Kali Jogo ini saya langsung tertarik dikarenakan sudah terbukti dari keluarga saya sendiri yang telah menggunakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini sebelumnya, tanpa ragu lagi saya langsung bergabung dengan Kali Jogo, saya rasa juga dari kebanyakan konsumen yang menggunakan KBIH Sunan Kali Jogo ini sudah tidak ragu lagi dari informasi mulut ke mulut yang telah terbukti nyata programnya sangat baik”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Alasan saya selain dari apa yang direkomendasikan ustadz dan keluarga yaitu faktor promosi dan juga kualitas layanan yang bagus mbak. Tentunya tidak hanya satu dua KBIH yang menawarkan kami sebagai calon konsumen, dari promosi-promosi mereka itu menurut saya promosi program yang dilakukan oleh KBIH Sunan Kali Jogo ini sangat menarik dan unggul ketimbang KBIH lain. Dari pelayanan dari pendaftaran hingga berangkat ke Tanah Suci pun sangat bagus. Itulah mengapa dari faktor promosi dan kualitas pelayanan ini menimbulkan perilaku pasca pembelian konsumen yang bagus dengan merekomendasikan kepada siapapun yang ditemui. Semakin puas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi juga loyalitas yang diberikan kepada lembaga tersebut, adanya feedback dan timbal balik mbak.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo itu ga da si mbak, bagus poll pokok e.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanannya sangat bagus, saya sangat puas dan sangat merekomendasikan kepada calon konsumen lain.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Masukan saya nggak ada mbak, udah bagus pelayanannya dan semuanya mbak.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya itu kan awalnya sadar ya mbak kalo saya belum bisa apa-apa terkait manasik dan replika pelaksanaan haji terus saya cari informasi terkait lembaga yang bisa mbimbing saya, ngajarin saya, saya pengen jadi haji yang mabrur dengan bekal yang maksimal biar ibadahnya juga maksimal. Awalnya saya tau itu Sunan Kali Jogo sama Multazam, trus udah dipertimbangkan lebih lanjut saya lebih mantap di KBIH Sunan Kali Jogo mbak, setelah dari ikut itu saya bisa rekomin ke yang lain.”

2. Bapak Joni Setiawan, Braja Dewa (Konsumen KBIH Sunan Kali Jogo tahun 2023)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Saya masih umur 45 mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2023 mbak.”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Jelas saya pilih KBIH Sunan Kali Jogo dong mbak.”

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Karena dekat si mbak, Pelayanannya juga terkenal bagus mbakk.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya dari rekom mbak, terus menyelidiki informasi terkait program sama pelayanannya , lokasi juga. ”

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Saya senang sekali bisa bergabung disini mbak, Alhamdulillah semoga berkah selalu buat Sunan Kali Jogo yang memberikan segala yang terbaik buat konsumen.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya selaku konsumen yang pernah menggunakan dan bergabung disini mengakui awalnya saya ragu karena memang belum mengetahui apa itu KBIH, tetapi setelah saya mendengar dari Kyai saya, H. Ayong mengenai program KBIH Sunan Kali Jogo yang Beliau pimpin saya percaya dan tidak ragu lagi mengenai bergabung di KBIH yang sebelumnya saya tidak tau menau ini. rekomendasi menurut saya menjadi faktor utama dalam memilih dan bergabung dengan KBIH yang ada di Lampung Timur ini, terutama bagi orangtua yang kurang update informasi dengan hal-hal tabu seperti itu mba. Kalau kita mungkin bisa mencari tau lewat sosial media, namun berbeda dengan orang-orang tua yang kebanyakan mereka itu adalah konsumen terbanyak menggunakan KBIH.”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pelayanan KBIH Sunan Kali Jogo ini sudah tidak diragukan lagi si mbak, dari namanya saja sudah besar, terkenal dengan kualitasnya. Saya pun merasa sangat puas dan bersyukur bisa bergabung di Kali Jogo ini. Kalau untuk promosi sendiri KBIH Sunan Kali jogo tentu sudah mempunyai sosmed yang bisa dipantau dan sebagai bahan mencari informasi bagi calon konsumen yang masih belum mengetahui KBIH ini, untuk pamflet mungkin tidak ada ya mbak, biasanya kalau jama'ah Sunan Kali Jogo ini setelah tau dari sosmed ataupun dari rekomendasi tadi langsung ke kantor untuk rincian lebih lanjutnya seperti biaya, jadwal kegiatannya dan lain-lain.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo ketidaksesuaian antara rencana dan pelaksanaan pasti ada ga ketang sedikit cuman kan yang saya lihat sudah bagus, ga ada rencana yang benar-benar sempurna secara dilaksanakan pasti ada kurangnya, tetapi diusahakan yang terbaik sudah jozz.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan ga diragukan lagi seperti yang saya bilang tadi mbak.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Mungkin di SDM nya si mbak lebih ditambah supaya lebih optimal dalam membimbing manasik.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya saya ga tau menau soal lembaga ini mbak terus direkomin, saya cari informasi lanjut kan, program sama pelayanan bagus trus lokasi juga dekat, jadi langsung saya iyaikan saja bergabung disini.”

**3. Ibu Siti Munawaroh, Labuhan Ratu (konsumen KBIH Sunan
Kali Jogo tahun 2023)**

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Usia 55 tahun mbak.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2023.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Dari sekian KBIH itu saya pilih Sunan Kali Jogo mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Karena arahan dari ustadz saya mbak.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Faktor ajakan atau apa ya itu namanya mbak, oh iya rekom, terus pelayanannya juga bagus katanya.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Kesannya bagus si mbak, kayak seneng ternyata yang diajarkan dengan ketika di Tanah Suci itu hamper sama.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

”Saya bergabung sebagai konsumen yang milih KBIH Sunan Kali Jogo ini tau dan diarahkan sama ustadz saya yang benar-benar paham dengan program dan kenal sekali dengan Haji Ayong pemimpin Kali Jogo ini. saya orang awam tentunya percaya sepenuhnya dengan arahan beliau ustadz saya yang pengalaman dan ilmunya tidak diragukan lagi”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya sangat suka dengan pelayanan pembinaan disini, dimana-mana pasti konsumen atau jama’ah haji seperti kami menginginkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah di promosikan.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sesuai nduk.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Untuk KBIH ini saya merasa sangat puas, kalau kesenjangan antara promosi yang disampaikan dengan kenyataannya tapi itu kembali lagi ke pribadi konsumen masing-masing mbak karena tidak ada lembaga manapun yang tidak ada kurangnya menurut saya.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tidak ada mbak.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo saya sih dari direkomin, langsung cuss bergabung mbak ga pake pertimbangan lain-lain lagi.”

4. Ibu Maryam, Tridatu (Konsumen KBIH Sunan Kali Jogo tahun 2024)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Saya berangkat kemarin umur 58 mbak.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2024 kemarin.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Saya pilih di Sunan Kali Jogo mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Rekom sama pelayanannya si mbak, plus deket benget dari rumah.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Faktor rekom paling utama.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Alhamdulillah kesannya sangat baik mbak, saya sangat khusyuk ketika di Tanah Suci sesuai dengan pembekalan yang udah saya dapat.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Yang saya tau KBIH ini sudah populer dari mulut ke mulut ya mbak, jadi ketika saya diajak teman saya bergabung disini tentunya saya tanpa pikir panjang dan tanpa ragu bergabung disini mbak. Keluarga saya juga pernah bergabung sebelumnya disini. Awalnya saya jama'ah mandiri, tapi atas arahan dan rekomnedasi yang dijelaskan saya semakin yakin untuk bergabung disini, memantapkan bekal saya untuk di Tanah Suci.

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi

Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pelayanannya bagus mbak, promosinya juga sesuai dengan faktanya, tidak dilebih-lebihkan sekedar baik promosinya saja tapi dibuktikan dengan kualitas layanan yang ada. Puas, sangat puas dengan pelayanannya mbak, bayangkan dari pimpinannya sendiri selalu ikut membersamai kami di Tanah Suci untuk memastikan pelayanan di Tanah Suci juga terkendali.”

i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sangat sesuai ko mbak.”

j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan sangat bagus, sangat puas.”

k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Mungkin SDM nya mbak karena kan konsumennya banyak tapi kayak kurang balance aja sama yang melayani.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya kan saya udah tau informasi terkait KBIH Sunan Kali Jogo ini ya mbak, terus direkomin juga kan saya tambah mantep ya udah saya langsung ikut gabung dan milih Kali Jogo ini.”

5. Ibu Ngatirah, Braja Sakti (Konsumen KBIH Sunan Kali Jogo tahun 2024)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Usia saya kemaren berangkat itu 60 mbak e.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“2024 mbak.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Sunan Kali Jogo mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Rekomendasi awalnya.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Banyak faktor mbak, awal itu rekomendasi.”

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Sueneng poll mbak, sangat berkesan buat saya yang tidak tau apa-apa jadi lebih ngerti istilahnya kita di Tanah Suci ga terlalu plonga-plongo.”

g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya memilih KBIH di Way Jepara ini atas arahan dari ustadz saya bergabung disini, saya diarahkan dan dijelaskan tentang program manasik, biaya, dan sebagainya tentang KBIH Sunan Kali Jogo ini. saya mantap juga disini karena teman saya mengatakan tentang program Kali Jogo ini bagus ketimbang KBIH yang lain mbak. Tanpa pikir lagi saya menyetujui untuk diarahkan lebih lanjut mengikuti program kegiatan dan bimbingan untuk bekal saya nantinya karena saya mengakui bahwa saya sangat minim dalam hal seperti ini, saya bersyukur bisa bergabung dengan KBIH Sunan Kali Jogo.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pelayanannya top mbak, promosinya sesuai nyatanya. Saya tidak memberikan saran masukan apapun buat KBIH Sunan Kali Jogo karena sudah bagus dalam segi apapun menurut saya. Programnya itu benar-benar

ngebimbing kami mbak yang benar-benar dari tidak tau menjadi sangat faham. Alhamdulillah semoga lancer berkah untuk KBIH Sunan Kali Jogo.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sesuai mbak.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan bagus, sangat puas.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada mbak.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya karena rekom terus saya cari info, ada promosi juga kan terus ya udah deh saya mantap dan gabung.”

6. Ibu Sumarni, Tanjung Harapan (Konsumen KBIH Jabal Rahmah tahun 2023)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji? “

“Umur 60 an mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2023.”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Saya pilih Jabal Rahmah mbak.”

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Ajakan mbak, saya tau juga si KBIH ini, mantep aja gitu.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Senang aja bisa dibimbing sampe faham mbak.”

g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tentang KBIH Jabal Rahmah ini saya mengetahuinya dari teman dan keluarga saya, emm ustadz di lingkungan saya

juga mbak. Saya kan kurang tau menau tentang lembaga semacam ini sebelumnya, jadi ketika saya diarahkan saya percaya karena yang mengatakan program KBIH Jabal Rahmah ini tidak hanya satu atau dua orang saja, lingkungan saya sudah sangat mengenal KBIH ini, hanya mungkin saya yang dahulunya jarang di rumah sehingga hal tersebut terasa asing di dengar. Saya ragu bukan karena pertimbangan lain namun saya hanya meragukan dan bertanya-tanya tentang kemampuan saya. Tadinya saya berniat mandiri saja karena saya belum mengetahui jika memang ada lembaga yang membantu kita sebagai konsumen atau jama'ah lebih baik dan membekali perjalanan kita di Arab. Sejujurnya saya setidak tau itu dan alhamdulillahnya bisa diarahkan dan ada yang mengarahkan saya.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi

Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Promosi sosmed yang saya tau ada tapi tidak update gitu mbak ya menurut saya tidak papa karena targetnya kan orangtua, tapi kalau update kan lebih bagus gitu kalau orangtua ga tau sosmed sama sekali, tidak tau inpo, tidak direkomendasikan, bisa tanya ke anaknya lewat sosial media, bisa di cek anaknya jadi bisa tambah-tambah konsumen. Untuk pamflet kan belom ada ya mbak, jadi kita daftar langsung ke KBIH nya, kalau ada pasti tambah banyak konsumennya. Itu aja si mbak saran dari saya terkait promosi, tapi kalau pelayanannya sudah sangat bagus mbak.”

i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah

bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tidak ada mbak.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan bagus poll, puas poll.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Dari saya cukup si mbak, bagus ga ada masukan.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya saya udah tau tentang KBIH ini, terus dapet rekoman juga kan mbak, denger promosi sama pelayanannya bagus itu saya bingungnya bukan karena banyaknya pilihan KBIH tapi dari diri sendiri dan akhirnya memilih dan mantap buat bergabung.”

7. Bapak Sumarto, Surya Mataram (Konsumen KBIH Jabal

Rahmah tahun 2023)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“65 mbak e.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“2023 mbak.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Saya pilih Jabal Rahmah.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Rekom dari saudara mbak.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Faktor rekom terus suka sama promosinya waktu pengajian mbak.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Kesan sangat senang bisa bergabung disini karena bagus mbak saya suka sama pelayannya.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya berangkat tahun 2023 mbak, awal tahu KBIH ini dari saudara saya. Iya mbak, jadi rekomendasi mulut ke mulut dari saudara yang pernah di KBIH Jabal Rahmah. Saya juga tadinya kurang paham dengan manasik itu, ternyata ada yang mengarahkan saya jadi saya tidak asal pilih.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi

Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo promosi biasanya dari pengajian gitu mbak, setelah saya tau dari rekomendasi saya ikut pengajian walimatussafar kan, ternyata dari situ promosi KBIH Jabal Rahmah ini digencarkan, ya mungkin dari mulut ke mulut itu secara tidak langsung sudah bentuk promosi dan loyalitas konsumen terhadap lembaga mbak. Kalo pelayanan ya standar lah bagus sudah. Tapi karena mungkin SDM nya sedikit jadi sedikit kurang efektif saja.”

i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Seimbang mbak sesuai.”

j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Bagus mbak e, puas banget.”

k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kayaknya di pelayanannyaa agak ditambah karyawan yang abntuin gitu ya mbak.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Direkom, tau dari promosinya, sempet denger juga lembaga lain tapi akhirnya milih Jabal Rahmah.”

8. Bapak Muklis, Sukadana Baru (Konsumen KBIH Jabal Rahmah tahun 2023)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Saya masih 40 an mbak kebetulan badalin haji alm.

Bapak saya.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun kemaren mbak, 2023.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“KBIH Jabal Rahmah.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Ngalap Barokah.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekom mbak.”

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Seneng bisa direkomin mbak jadi terarah setelah gabung.”

g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Iya mbak, saya tau KBIH ini dari Gus e langsung karena memang saya wali santri, anak saya mondok di tempat Gus e jadi saya nderek mawon arahan ngalap barokah. Alhamdulillah ndak ada ragu karena direkomendasiin disini, ajakan tapi bukan paksaan.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Jadi setelah rekomendasi itu kan disitu sudah tercantum aspek promosinya mbak. Kalo setau saya ya ndak ada tuh kaya brosur gitu padahal harapan saya waktu direkomendasikan ada brosur nya jadi bisa tau detailnya gitu mbak, kalau untuk pelayanan Alhamdulillah bagus mbak ndak ada masukan dari saya. Kalo menurut saya, promosi yang efektif bisa nambah-nambah konsumen, yang awalnya ragu karena hanya rekomendasi saja, jadi lebih mantap sama promosi program yang ada.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada mbak.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Puas banget mbak, cuma berharap nanti ada promosi lebih biar yang lain juga bisa kenal Jabal Rahmah.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Masukan terkait itu saja si mbak, bagian promosinya di genceran.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya direkom terus dicantumin juga programnya, terus saya gabung kan dilihat juga pelayanan bagus saya suka.”

9. Ibu Supriyati, Negeri Tua (Konsumen KBIH Sunan Kali Jogo tahun 2024)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Saya kemaren berangkat umur sekitar 60 an mbak.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“2024”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Nurussalam yang di Sekampung itu mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Tertarik aja gitu mbak saya ajakan tetangga saya.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekom awalnya mbak, sama lokasi.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Seneng mbak pestinya kan mau berangkat dapet ilmu yang banyak buat bekel di Arab.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Nggeh leres mbak saya bergabung disini itu atas arahan tetangga saya yang sudah pernah di Jabal Rahmah. Reviewnya langsung dari dia, jadi ndak ragu karena sudah ada contoh baiknya yang udah nyata real.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi

Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo soal pelayanan yang merasakan itu kan konsumen masing-masing ya, jadi kalo pribadi saya bagus si mbak. Jika ada yang bilang pelayananya ga bagus itu mungkin kembali ke indikator ukuran kepuasan konsumen itu sendiri. Tadinya saya sempat agak ragu setelah di reccomendasiin di promosiin ternyata ada simpang siur pelayanan yang jelek lah ini itu, sempat ragu si saat itu, jadi tolak ukur konsumen juga kan. Terus abis itu dua orang temen saya bilang bagus, lebih banyak yang bilang bagusnya jadi saya udah ga ragu lagi karena ada review pelayanan itu tadi. Kalo buat promosi mungkin di bagian brosur kali ya mbak, biar jelas dan gamblang gitu calon konsumen liat detailnya.”

i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada mbak.”

j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan bagus, ga sesuai sama isu yang beredar ko. Puas mbak saya.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ya itu tadi mbak, kalo buat promosi mungkin di bagian brosur kali ya mbak, biar jelas dan gamblang gitu calon konsumen liat detailnya.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya saya kan diajak tetangga saya, tapi saya ragu karena ada yang bilang kalo pelayanannya jelek, terus mantepnya karena temen yang bilang bagus lebih banyak daripada yang bilang jelek. Udah mantep itu saya langsung gabung mbak, terus bisa cerita ke orang-orang kalo pelayanannya tu bagus.”

10. Ibu Sarah, Sukadana Baru (Konsumen KBIH Jabal Rahmah tahun 2024)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Umur saya 44 tahun.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“2024.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Nurussalam mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Ajeng tumut kyai kulo.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekomendasi mbak.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Nggeh seneng saget ngalap barokah, nderek kyai saget dibimbing.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Nggeh, kulo bidal niku tahun dekwingi tasehan, awalipun niku krono enten seng ngajak kulo gabung mriki, waune nggeh mboten ngertos nopo-nopo kulo ternyata nggeh enten wadah pembinaan ngeten khusus manasik haji, Alhamdulillah saget tumut rekomendasi kyai kulo mbak. (Iya, saya itu baru tahun kemarin baruan, awalnya itu karena ada yang mengajak saya bergabung disini, tadinya ya tidak tau apa-apa saya ternyata ya ada tempat pembinaan seperti ini khusus manasik haji, Alhamdulillah bisa ikut rekomendasi Kyai saya mbak).”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo udah direccomendasiin pasti kan pengen tau pelayanannya bagus ndaknya itu mbak, tak rasa kalo orang yang pinter tau soal begitu yang diutamakan pelayanannya bagus ndak, dia cari info lanjut meskipun udah di reccomendasiin kalo ndak cocok sama program pelayanannya juga mikir-mikir lagi mbak. Kalo pelayanannya real mbak sesuai sama apa yang direcomendasiin, di promosiin gitu.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada mbak, sesuai kok.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Bagus mbak, saya puas banget sama pelayanan yang diberikan.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada masukan mbak, Cuma do’a saya semoga sukses selalu barokah untuk membimbing semua jam’ah aamiin.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Setelah di rekom itu saya cari tau informasi terkait pelayanannya gimana bagus gak, setelah dirasa cukup bagus saya gabung disini mbak.”

11. Ibu Sumiyati, Nabang Baru (Konsumen KBIH Nurussalam tahun 2023)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Saya umur 52 tahun mbak.”

- b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2023.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Nurussalam Sekampung mbak.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Awalnya diajak mbak.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekom ustadz plus lokasi mbak.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Ya saya seneng mbak alhamdulillah semoga barokah Nurussalam.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Saya tau dari salah satu Ustadznya anak saya yang di Pesantren, jadi anakku yang terakhir itu mondok di Roudhlotul Qur’an pusat ndok, nah ustadznya itu merekomendasikan ke saya tentang KBIH Nurussalam ini, beliau itu Ketua KBIH Nurussalam pak Siswanto.”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Bagus mbak pelayanannya, itu yang buat saya tertarik buat gabung di Nurussalam tu, kalau untuk kekurangan atau masukan dalam suatu lembaga pasti ada, sudah saya sampaikan masukan terkait pangalokasian cek kesehatan untuk diserempakkan saja, kalau di RS ya di RS, di puskesmas ya di puskesmas, biar ga dua kali biaya. Dalam hal kurangnya pelayanan bagi saya wajar dalam suatu lembaga pasti ada kekurangan dan kami saling menutupi itu mba, jadi yang lebih paham juga ikut mengahandel yang kurang paham, saling mengcover, karena dengan orang atau konsumen sebanyak itu pasti ada keterbatasan dalam mengatur mbak dan itu wajar-wajar saja, tingkat dan indikator kepuasan pelayanan juga pasti beda-beda, kalo saya bilang pelayanan bagus dan promosiin ke oranglain belum tentu oranglain yang

pernah jadi konsumen juga puas terhadap pelayanan Nurussalam dan merekomendasikan hal yang sama kepada oranglain. Tapi kebanyakan insya Allah banyak yang mengakui kualitas pelayanan Nurussalam ini mbak. Kalo promosi lewat rekom-rekom kelompok itu tadi ya mbak, buat sosmed kayaknya saya belum nemu, kalo ada pasti lebih bagus buat penyebaran menarik minat konsumen buat bergabung”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Gak ada mbak.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Bagus si mbak, puas tapi kurang dikit gitu.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ada di karyawannya mungkin bisa ditambah lagi ya karena saya lihat waktu pembinaan kayak kurang yang bantu-bantu acara gitu, kayak kewalahan.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

”Proses awalnya itu saya direkomin, dijelaskan programnya gimana ehh ternyata lokasi juga deket jadi

kayak tambah mantap bergabung mbak. Ya udah saya langsung gabung aja ke Nurussalam ga ada pertimbangan lain langsung gabung dan Alhamdulillah puas dengan keputusan saya sendiri.”

12. Ibu Tuti Haryati, Nabang Baru (Konsumen KBIH

Nurussalam tahun 2023)

a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Umur kisaran 60 an iki mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“2023”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Alasan ngikut ustadz, nderek.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

”Rekomendasi, ajakan terus nyalur ke pelayanan dan lain-lain.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Seneng bisa dibina sama Nurussalam yang mantap dalam pelayanan ini, semoga berkah selalu.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ada mbak dari rekom Bu Sum yang awalnya juga dari rekom ustadznya”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ternyata memang setelah merasakan sendiri pelayanannya mantap banget nduk, terutama buat orangtua yang tabu soal pemberkasan dll itu, koper dibantuin angkat, kalo kesusahan bener-bener dibantu pokok e.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ndak ada nduk, malah diluar ekspektasi dan mematahkan isu orang-orang.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanan bagus poll, saya puas dan suka.”

k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ndak ada saran buat pelayanannya udah bagus tapi kayaknya kalo tenaga pembimbingnya lebih banyak lebih bagus karena juga kita konsumen banyak mbak, jadi menyesuaikan aja. Promosi buat para ibu-ibu sosialita mungkin ya lebih digencarkan lagi di bagian sosial media nduk karena setau saya KBIH Nurussalam ini belum ada sosmednya biar tambah bagus”

l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tahap awal saya ngikut bu sum karena ustadznya terus setelah dijalani dan bergabung ternyata pelayanannya bagus dan lokasinya bagus, terus ndak mikir panjang lagi si karena udah percaya sama ustadznya. Alhamdulillah setelah gabung jadi bisa ngerekomin ke yang lain”

13. Bapak Syariffudin, Negeri Katon (Konsumen KBIH Nurussalam tahun 2023)

a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“58 mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2023 mbak.”

- c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“KBIH Nurussalam Sekampung.”

- d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Karena tertarik bergabung mbak selama ini kan yang mengurus jama’ahnya, kemaren itu yang diurusi gentian.”

- e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pelayanan, rekom, promosi, lokasi juga dekat.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Kesan saya mestinya sangat bahagia ya mbak bisa bergabung disini, biasanya saya cuma mendengar dan mengurus jema’ah yang urus kesehatan untuk syarat berangkat, ini saya gentian yang diurusin. Jadi tau ga cuma sekedar dengar dan memang bagus banget pelayanannya itu mbak, real.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Nurussalam ini awalnya saya tau sendiri mbak karena beberapa dari jama’ah atau konsumen dari KBIH Nurussalam ini periksa kesehatan haji di puskes dimana daya bertugas, ditambah lagi relasi saya dari organisasi yang isinya pak Kyai, Gus, Rais NU juga merekomendasikan di KBIH Nurussalam ini mbak. Iya rekomendasi juga berpengaruh buat saya, jadi tambah mantep bergabung di Nurussalam ini.”

h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi

Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Bagus mba buat promosi sama pelayanannya iya sesuai kok, tapi mungkin beberapa ada lah yang ga sesuai namanya juga manusia pastinya juga sudah mengusahakan pelayanan dan bimbingan yang baik kan. Pastinya iya mba berpengaruh, kalo promosinya jelek bakal ga jadi narik konsumen, kurang tertarik konsumennya, penilaian real soal pelayanan dari mulut ke mulut atau rekomendasi itu tadi juga pengaruh banget. Istilahnya jadi citra buat lembaga. Bagus mbak bagus kok.”

i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah

bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalau ketidaksesuaian itu pasti ada ya, Cuma kan kami konsumen atau jama’ah saling melengkapi. Yang tau lebih mengajari yang belum faham karena pasti kan ga ada yang sempurna untuk hal apapun di dunia ini.”

j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan

Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Saya pribadi puas, bagus mbak pelayanannya. Tapi kembali lagi ke pribadi masing-masing mbak.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalo masukan dari saya pernah saya sampaikan langsung juga dengan pengurus KBIH Nurussalam itu pelayanan kesehatan mungkin bisa lebih diawalkan saja, ya saya tidak gimana-giman dan tidak menyalahkan karena kan beda ya mbak maunya penyelenggara sama kemenag itu maunya mepet-mepet, takutnya kao mepet itu kita tau kronisnya penyakit konsumen dan ga diatasi dari awal jadinya nanti imbas di pemberangkatan. Kalo diawal kan kita bisa cari cara untuk menyembuhkan dan mengakalinya.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awalnya saya sudah tau sendiri tentang KBIH Nurussalam karena sering mengurus kesehatan jama'ahnya terus saya direkomendasiin kan, awalnya saya mandiri ga ikut KBIH tapi saya tetep ngikut KBIH biar puas dan langsung gabung aja gitu ke Nurussalam, pasca jadi mantan konsumen ya saya rekomin ke orang-orang karena bagus.”

14. Bapak Agus Supriyanto, Negeri Jemanten (Konsumen KBIH Nurussalam tahun 2024)

- a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Usia 48 tahun mbak.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun 2024.”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“KBIH Nurussalam Sekampung mbak.”

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Rekom mbak.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekomendasi teman, lokasi, pelayanan.”

f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Kesan senang sekali dapat bergabung dan diarahkan disini, alhmdulillah dapet banget ilmunya.”

g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Kalau saya tau dari teman saya, teman partner mengajar yang pernah di Nurussalam mbak. Dan tidak

satu dua saja, tapi banyak teman saya yang merekomendasikan disitu.”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Pelayanannya bagus, ndak nyesel ikut rekomendasi temen saya itu, Pokoknya joss mantap tidak diragukan lagi kualitasnya, harus gabung disini juga mbak.”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ada mbak.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Puas, pelayanan bagus.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Tidak ada mbak.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awal direkom sama temen kantor, trus liat-liat program sama pelayanan, liat lokasinya juga Alhamdulillah cocok satset langsung gabung.”

15. Bapak Suratman, Sekampung (Konsumen KBIH

Nurussalam tahun 2024)

a) Berapakah usia Anda saat berangkat haji?

“Piro yo nduk sampe lali umure wes tuek, sekitar 60 an nduk.”

b) Di tahun berapakah Anda berangkat haji?

“Tahun wingi ndok, 2024.”

c) Dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji mana yang Anda pilih?

“Nurussalam Sekampung kae ndukk.”

d) Apa alasan Anda memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini dari banyaknya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang ada di Lampung Timur?

“Termasuk karena cedek juga si nduk.”

e) Faktor apa yang mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Rekom, lokasi, kambek pelayanan promosine nduk.”

- f) Kesan apa yang Anda temui selama bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini hingga berangkat ke Tanah Suci?

“Bahagia, sueneng buanget iso sampe ngerti dibimbing ngeneki.”

- g) Adakah rekomendasi dan arahan dari keluarga, teman atau tokoh yang mempengaruhi Anda memilih dan bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Iyo ndok, mbah ngerti yo mergo diajak, direkom lah bahasane ndok. Wong-wong kene kan podo nganggo KBIH Nurussalam kui ndok, dadi yo milu umume kancane ae, milu tonggone seng wes tau gabung neng kunu juga. (iya nduk, mbah tau yak arena diajak, direkomend lah bahasanya nduk. Orang-orang sini kan pada memakai KBIH Nurussalam itu nduk, jadi ya ikut umumnya aja, ikut tetangga yang udah pernah bergabung disitu juga).”

- h) Apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi Anda dalam memilih Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ndok kalau promosi itu mesti pengaruh, pokoknya rekoman, lokasi, pelayanan sama promosi kui kayane dadi faktor seng pengaruh neng KBIH lain juga kayane se Lampung Timur, karena pesti lembaga ngerti strategi narik minat konsumen kepiye kan. Apik ko ndok setelah wingi mangkat pelayanane apik, promosi, rekome pokoke imbang telu kui. Lek lebih dominan ndi pasti konsumen bedo-bedo urutane. (Ndok, kalau promosi itu pasti berpengaruh, pokoknya rekomendasi, lokasi, pelayanan sama promosi itu sepertinya menjadi faktor yang pengaruh di KBIH se Lampung Timur, karena pesti lembaga sudah mnegerti strategi menarik minat konsumen bagaimana kan. Bagus ko nduk setelah

kemarin berangkat, pelayanannya bagus, promosi, rekomendasi pokoknya ketiga ituimbang. Kalau perkara lebih dominan mana pasti konsumen juga mengekspresikannya berbeda-beda urutannya).”

- i) Adakah ketidaksesuaian janji promosi dengan realita setelah bergabung di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Sejauh ini aman si ndok, apik kok sesuai.”

- j) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini? apakah Anda merasa puas atas pelayanan yang diberikan?

“Pelayanane uapik ko ndok, yo puas jelas wong apik tapi tergantung konsumen masing-masing si lek soal puas ki ndokk.”

- k) Setelah memilih dan bergabung dalam lembaga ini, adakah masukan dan saran Anda kepada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Ga ono masukan nduk, ga ono kurange lek ngge aku.”

- l) Sebagai konsumen, bagaimana proses dan tahapan awal hingga akhir memutuskan dan memilih bergabung dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ini?

“Awale pesti direkom nduk neng tonggo trus delok lokasi karo pelayanane seko info wong-wong, terus mantep gabung Nurussalam.”

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap JIHAN IBTISAM AL-USTADZI. Peneliti lahir di Metro pada tanggal 19 Maret 2001, merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Imam Ustadzi dan Ibu Nur Kholifah. Peneliti beralamatkan di Desa Trisinar, Marga Tiga, Kabupaten Lampung Timur. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 02 Sukaraja Tiga dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan jenjang pertama di SMPN 02 Marga Tiga, lulus pada tahun 2016. Setelah itu, peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang atas di MAN 1 Lampung Timur, lulus pada tahun 2019.

Peneliti melanjutkan pendidikan jenjang perguruan tinggi melalui jalur SPAN-PTKIN di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Manajemen Haji dan Umroh, lulus pada tahun 2023 dan melanjutkan pendidikan lebih tinggi lagi melalui Program Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, Program Studi Magister Ekonomi Syari'ah.