ANALISIS PENGARUH FAKTOR EKONOMI, PENGETAHUAN, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MELAKSANAKAN IBADAH UMRAH (STUDI KASUS JORONG KOTO TINGGI PANDAI SIKEK)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

OLEH :

NURFADILA 3621010

PROGRAM STUDI MANJEMEN HAAJI DAN UMRAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SJECH M.DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TA. 2025/2026

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Nurfadila, Nim: 3621010, Program Studi S1 Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi TA. 2025/2026 H. Skripsi ini dengan judul "Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi, Pengetahuan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Masyarakat Melaksanakan Ibadah Umrah (Studi Kasus Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek)."

Latar belakang penulis melakukan penelitian ini karena masih terdapat masyarakat yang belum melaksanakan ibadah umrah meskipun memiliki keinginan secara spiritual. Dalam realitasnya, masyarakat lebih memprioritaskan kebutuhan ekonomi sehari-hari, kurangnya pengetahuan tentang tata cara dan prosedur umrah, serta rendahnya motivasi menjadi faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Kondisi ini terlihat dari masih adanya masyarakat yang menunda bahkan tidak merencanakan ibadah umrah. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor ekonomi,pengetahuan, dan motivasi terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, serta untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini dilakukan di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang belum melaksanakan ibadah umrah. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa; (1) faktor ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah, (2) pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah, dan (3) motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah.Selain itu, secara simultan faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat. Di antara ketiga variabel tersebut, faktor ekonomi merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah.

Kata Kunci: Faktor Ekonomi, Pengetahuan, Motivasi, Keputusan, Ibadah Umrah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi, Pengetahuan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Masyarakat Melaksanakan Ibadah Umrah (Studi Kasus Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek)".** Shalawat serta salam Penulis ucapkan kepada junjungan segala umat yakni Nabi Besar Muhammad Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah memberikan hidayah, petunjuk kepada umatnya dipermukaan bumi.

Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang ada, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada bapak **Prof. Dr. Iiz Izmuddin, MA** sebagai pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan sumbangan pikiran serta petunjuk – petunjuk yang sangat berharga dalam menyelesaikan tugas akhir ini, dan ucapan terimakasih kepada

1. Orang tua tercinta sumber inspirasi hidup, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan baik moril maupun materil., ibu dan ayah tercinta beserta keluarga penulis.
2. Ibuk Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Bapak Prof. Dr. Aidil Alfin, M.Ag, Ph.D . selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

4. Ibuk Ariyun Anisah, ME. Selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Manajemen Haji dan Umrah UIN Bukittinggi.

5. Kepada Bapak Wali Nagari Pandai Sikek beserta seluruh staf kantor nagari yang telah memberikan izin, bantuan, dan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan skripsi ini.

Tidak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dengan penuh kesabaran, dan semangat hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan, tidak menyerah ketika menghadapi kesulitan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan wawasan dalam bidang penelitian mengenai minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah

Bukittinggi, April 2026

NURFADILA

3621010

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang **1**
B. Identifikasi Masalah **9**
C. Batasan Masalah **9**
D. Rumusan Masalah **10**
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian **10**
F. Penjelasan Judul **11**
BAB II KERANGKA TEORI **15**
A. Landasan Teori **15**
1. Pengertian Ekonomi 15
2. Pengetahuan 16
3. Motivasi 18
4. Keputusan Konsumen 19
C. Kerangka Pemikiran **39**
D. Hipotesis **41**
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **43**
A. Jenis Penelitian **43**
B. Lokasi dan Waktu Penelitian **44**
C. Sumbar Data **45**
1. Sumber data primer 45
2. Sumber data sekunder 45
D. Populasi Dan Sampel Penelitian **47**
E. Teknik Pengumpulan data **49**
F. Operasional variabel **51**
G. Teknik Analisis Data **54**
1 Analisis Deskriptif 54
2 Uji Instrumen Penelitian 55

3. Uji Asumsi Klasik 57
4. Uji Hipotesis 59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 64
A. Deskripsi Lokasi Penelitian 64
1. Gambaran Umum Nagari Pandai Sikek 64
2. Karakteristik Masyarakat Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek 65
3. Jumlah Masyarakat Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek 66
B. Deskripsi Responden Masyarakat Jorong Koto Tinggi 67
1. Jenis Kelamin 67
2. Usia 69
3. Pekerjaan 71
4. Sudah Pernah Umrah/Tidak 73
5. Keinginan Pergi Umrah 74
D. Uji Instumen Penelitian 75
1. Uji Validitas 75
2. Uji Realibilitas 79
E. Uji Asumsi Klasik 81
1. Uji Normalitas 81
2. Uji Multikolinearitas 83
F. Uji hipotesis 84
1. Regresi Linier Berganda 84
2. Uji F (Simultan) 86
3. Uji T (Parsial) 87
G. Faktor Yang Paling Dominan Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah 79
BAB V PENUTUP ..... Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan ..... Error! Bookmark not defined.
B. Saran 82
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN 98

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap ummat muslim di dunia berharapkan dirinya dapat melaksanakan ibadah kepada Allah SWT dengan sempurna, dengan mematuhi perintahnya dan menjauhi larangannya. Salah satu ibadah yang ingin dicapai dan dilaksanakan oleh ummat muslim ialah menunaikan ibadah haji dan umrah ke tanah suci makkah. Ibadah ini membutuhkan pengorbanan dalam bentuk harta, tenaga, dan niat yang ikhlas. Dalam menunaikan ibadah haji dan umrah seseorang harus memiliki harta yang cukup, tenaga yang prima dan niat yang tulus semata-mata untuk Allah SWT. Namun, dalam pelaksanaannya, tidak semua ummat Muslim memiliki kesempatan untuk melaksanakan ibadah umrah.

Ibadah umrah memang sekilas sangat mirip dengan ibadah haji, namun tetap saja umrah bukan ibadah haji. Kalau dirinci lebih jauh, umrah adalah haji kecil, dimana sebagian ritual haji dikerjakan di dalam ibadah umrah. Sehingga boleh dikatakan bahwa ibadah umrah adalah ibadah haji yang dikurangi.[1]

Umrah diambil dari kata al-i'limar yang berarti ziarah (berkunjung). Sedangkan yang dimaksud dengan umrah adalah berkunjung ke Ka'bah dengan melaksanakan thawaf mengelilinginya, sa'i antara Shafa dan Marwah, dan mencukur atau memotong rambut. Para ulama sepakat bahwa umrah adalah ibadah yang disyariatkan.[2] Umrah

[1] Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji & Umrah*, 1st ed. (Jakarta: DU Publishing, n.d.) hlm.23.

[2] Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, ed. AM.Waskito (jakarta timur: Pustaka Al-Kautsar, 2020) hlm.389.

terbagi menjadi dua yaitu:

a. Umrah wajib, yaitu umrah yang dilaksanakan dalam rangkaian ibadah haji dan dilaksanakan pada batas waktu haji (bulan-bulan haji). Selain itu, termasuk umrah wajib adalah umrah nazar.

b. Umrah sunnah, yaitu umrah yang dilaksanakan sewaktu-waktu atau kapan saja di luar batas waktu haji (bulan-bulan haji).

Hukum melaksanakan ibadah umrah adalah fardhu ain (wajib) atas tiap-tiap orang Islam laki-laki atau perempuan yang mampu. Untuk umrah kedua, ketiga dan seterusnya hukumnya sunnah.[3]

Ibadah umrah merupakan bagian dari syiar Islam yang sangat dianjurkan. Walaupun tidak wajib seperti ibadah haji, umrah memiliki nilai spiritual yang tinggi, umrah bukan hanya ibadah fisik, tetapi juga bentuk taubat dan penyucian diri dari dosa-dosa masa lalu.Dalam hal ini, Nabi Muhammad SAW bersabda:

"الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةً لِمَا بَيْنَهُمَا

Artinya: "Umrah ke umrah berikutnya adalah penghapus dosa di antara kedunya.(HR. Bukhari No. 1773 dan Muslim No. 1349)[4]

Di Indonesia, minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran beragama dan kondisi ekonomi masyarakat yang semakin baik. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa faktor yang menghambat minat masyarakat untuk

[3] Siti Latifatul Maulidiah M. Aliyul Wafa,Didin Sirojudin, *Buku Ajar Fiqih* (Jl. Garuda No.9 Tambakberas Jombang - Jawa Timur: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2023) hlm.32.

[4] Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari, *Sahih Al-Bukhari* (Beirut: Dar Ibn Katsir, 2002).

melaksanakan ibadah umrah.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pelaksanaan ibadah umrah adalah Koto Tinggi, Pandai Sikek. Daerah ini memiliki mayoritas penduduk Muslim dengan tingkat kesadaran beragama yang cukup tinggi. Jorong Koto Tinggi dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki potensi budaya dan ekonomi, terutama dalam bidang kerajinan tenun songket yang terkenal hingga mancanegara.[5] Jorong Koto Tinggi merupakan salah satu dari empat jorong yang ada di Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Wilayah ini terletak di kaki Gunung Singgalang dan dikenal dengan keindahan alamnya serta kekayaan budaya yang kental.

Masyarakat Jorong Koto Tinggi sangat menjunjung tinggi nilai-nilai adat dan agama. Falsafah hidup yang dianut adalah "Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah", yang berarti adat bersendikan syariat, dan syariat bersendikan Al-Qur'an.[6] Hal ini tercermin dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang taat beragama dan menjunjung tinggi musyawarah mufakat dalam pengambilan keputusan . organisasi sosial seperti Lembaga Unsur Alim Ulama, Cadiak Pandai, Bundo Kanduang, dan pemuda aktif berperan dalam menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya serta adat istiadat yang ada. Kehidupan masyarakat yang harmonis dan gotong royong menjadi ciri khas yang menonjol di wilayah ini.

---

[5] Eny Christyawaty & Ernawati, *Seni Tenun Songket: Nagari Pandai Sikek, Sepuluh Koto Tanah Datar* (Jakarta: Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, 2013) hlm. 8 - 9.

[6] Rahmah Fajria dan Azmi Fitrisia, "'Tinjauan Literatur Falsafah Adat Minangkabau: Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah,'" *Jurnal Education Research* 5, no. 2 (2024): 112–18.

Secara ekonomi, mayoritas penduduk Jorong Koto Tinggi bermata pencaharian sebagai petani dan pengrajin tenun songket. Pertanian yang dikembangkan meliputi tanaman hortikultura seperti selada, wortel, cabai, bawang daun, dan bawang merah.[7] Selain itu, pengrajin tenun songket merupakan salah satu mata pencaharian utama masyarakat Pandai Sikek tenun songket.[8] Pandai Sikek telah dikenal hingga mancanegara, dan hampir setiap rumah di Jorong Koto Tinggi memiliki alat tenun serta melibatkan anggota keluarga dalam proses produksi. Potensi ekonomi lainnya adalah pengembangan agrowisata yang menggabungkan keindahan alam dengan kegiatan pertanian dan kerajinan tradisional.

Meskipun demikian, potensi ekonomi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendukung pelaksanaan ibadah umrah oleh masyarakat setempat. Faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi diduga menghambat Masyarakat untuk mengambil keputusan untuk melaksanakan ibadah umrah , seperti keterbatasan finansial, prioritas utama ekonomi untuk kehidupan sehari-hari dan Pendidikan anak, keterbatasan pengetahuan mengenai prosedur dan hal-hal yang berkaitan dengan umrah, motivasi yang masih kurang untuk umrah misalnya belum mengetahui bahwa umrah memiliki banyak keutamaan, Ketidakstabilan ekonomi dapat menurunkan kemampuan masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi yang membutuhkan biaya besar. Kondisi ini menyebabkan masyarakat lebih memprioritaskan kebutuhan

[7] dan Rosadi N. Jonni, Nurhayati, P. Sutjahjo, ""Kajian Potensi Daya Tarik Agrowisata Berbasis Lanskap Budaya Di Nagari Pandai Sikek, Tanah Datar No. 4 (2023): 464–476.," *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota 19* no 4 (2023): 464–76.

[8] Yandri, "Tenun Songket Pandai Sikek: Eksistensi Dan Nilai Budaya," *Jurnal Humanus* 20, no. 2 (2021): 145–56.

pokok dibandingkan pengeluaran lain yang bersifat non-produktif yaitu penumpukan kekayaan (seperti tanah, bangunan, logam mulia, mata uang asing dengan mengorbankan investasi kearah produktif seperti pertaniaan, industrial, dan lainnya).[9] Dengan demikian, faktor ekonomi menjadi salah satu variabel penting yang dapat menghambat keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah yang memerlukan biaya relatif tinggi.

Rasulullah memberikan peringatan keras terhadap orang-orang yang memiliki kelayakan untuk berhaji atau umrah tetapi tidak melakukannya:

فَلَا عَلَيْهِ أَنْ يَمُوتَ يَهُودِيًا أَوْ نَصْرَانِيًا "مَنْ مَلَكَ زَادًا وَرَاحِلَةً تُبَلِّغُهُ إِلَى بَيْتِ اللَّهِ وَلَمْ يَحُجَّ

Artinya:*"Barang siapa memiliki bekal dan kendaraan yang dapat membawanya ke Baitullah, namun ia tidak menunaikan haji (atau umrah), maka tiada bedanya ia mati sebagai Yahudi atau Nasrani."*(HR. Tirmidzi No. 812, hasan gharib).[10]

Hadist diatas mempertegas pentingnya motivasi religius dan kesungguhan dalam menunaikan ibadah, serta menunjukkan bahwa hambatan internal seperti kelalaian atau rendahnya kesadaran motivasi spiritual bisa menjadi faktor menghambat yang signifikan.

Tabel 1.1 Data Kependudukan Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek

No	Tahun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	2020	-	-	1.832

[9] Rahma Detik Kuriningsih And Hardiansyah Padli , Iiz Izmuddin, *"Strategi Pengendalian Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,*" *Risalah Iqtisadiyah: Journal Of Sharia Economics* 2, No. 2 (2023): 48.

[10] Muhammad Bin Isa At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi* (Riyadh: Darus Salam, 1999).

2.	2021	907	902	1.809
3.	2022	925	894	1.819
4.	2023	907	902	1.809
5.	2024	845	817	1.662

Sumber: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek[11]

Tabel 1.2 Daftar Beberapa Masyarakat Yang Sudah Melaksanakan Ibadah Haji dan Umrah Di Jorong Koto Tinggi,Pandai Sikek

No	Nama	Tahun Berangkat
1	Rosma	2012
2	Ajisna	2012
3	Anih	2018
4	Majinis	2020
5	Erlizar	2022
6	Jusnidar	2022
7	Sri Wulan Sari	2022
8	Ramadani Yathi	2022
9	Nismar	2022
10	Misral	2022
11	Martinus	2022
12	Joni Iskandar	2022

[11] Kantor Wli Nagari Pandai Sikek, *Data Kependudukan Jorong Koto Tinggi Tahun 2020 - 2024* (Pandai Sikek: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek, 2025).

13	Lismar	2022
14	Ali Amran	2022
15	Darwis	2022
16	Marliwarneti	2022
17	Yusma Warni	2022
18	Maizar	2024
19	Risman	2024
20	Umar	2024
21	Dira	2024
22	Husnilawati	2025
23	Radial	2025
24	Reyha Eltinovia	2025
25	Yuslidar	2025
26	Rizki	2025
27	Relina Remona	2025
28	Mismar	2025
29	Ainun	2025
30	Nika	2025

Sumber: Masyarakat Jorong Koto Tinggi,Pandai Sikek[12]

[12] Warga Koto Tinggi, (2025,Maret 12.).

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat diminati oleh umat Islam, karena memiliki keutamaan spiritual dan nilai religius yang tinggi.[13] Meskipun bersifat sunnah, banyak masyarakat Muslim berusaha untuk melaksanakannya setidaknya sekali dalam hidup. Namun, tidak semua masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk melaksanakan ibadah ini. Berbagai faktor menjadi penghambat, baik dari aspek internal seperti kesiapan spiritual dan pengetahuan, maupun aspek eksternal seperti biaya dan informasi perjalanan.

Dalam konteks masyarakat Jorong Koto tinggi, Pandai Sikek, ibadah umrah telah menjadi bagian dari tradisi religius yang terus berkembang. Hal ini terbukti dari data yang menunjukkan bahwa sejak tahun 2012 hingga 2025, terdapat 30 orang yang telah menunaikan ibadah umrah.

Dari data tersebut juga terlihat bahwa dalam kurun waktu 2022 hingga 2025 terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah masyarakat yang menunaikan ibadah umrah, yang dapat diasumsikan sebagai hasil dari meningkatnya kemudahan akses, informasi, serta keinginan individu untuk beribadah ke tanah suci. Namun, di sisi lain, banyak masyarakat lainnya yang masih belum mampu melaksanakan ibadah umrah karena menghadapi kendala-kendala tertentu.

Penelitian ini dibatasi pada faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat melaksanakan ibadah umrah, meliputi faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi.

[13] M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Jakarta: Lentera Hati, 2000), hlm. 468.

Faktor seperti kebijakan lembaga, peran pemerintah, dan kondisi sosial masyarakat tidak menjadi fokus penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif (klausal) Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengkaji secara sistematis bagaimana hubungan antara faktor-faktor penghambat dan tingkat minat masyarakat.[14] Faktor-faktor ini akan dianalisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan masyarakat dalam berumrah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengambilan kebijakan baik di tingkat lokal maupun lembaga penyelenggara umrah.

B. Identifikasi Masalah

Terdapat dugaan bahwa tidak semua Masyarakat memiliki kemampuan ekonomi untuk melaksanakan ibadah umrah. Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai tata cara, syarat, dan prosedur umrah masih beragam. Masih terdapat Masyarakat yang belum memiliki dorongan atau motivasi yang kuat untuk melaksanakan umrah, meskipun memiliki keinginan, tetapi tidak semua masyarakat mengambil keputusan untuk melaksankaan umrah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, mengingat luas dan kopleks permasalahan yang ada serta keterbatasan peneliti maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang diteliti yaitu hanya memfokuskan ekonomi, pengetahuan

[14]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 38.

dan motivasi sebagai faktor yang mempengaruh keputusan Masyarakat Koto Tinggi Pandai Sikek Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian dalam latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka didapatkan rumusan masalah yang akan diteliti seperti berikut :

1. Apakah faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah di Jorong Koto Tinggi,Pandai Sikek?

2. Apa saja faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan masyarakat Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek untuk melaksanakan ibadah umrah?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

a. Untuk mengetahui faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah di Jorong Koto Tinggi,Pandai Sikek.

b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan masyarakat jorong koto tinggi, pandai sikek untuk melaksanakan ibadah umrah.

2. Manfaat Penelitian

Terdapat kegunaan yang didapatkan dari penjabaran melalui penelitian yang dilakukan, yakni :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai faktor – faktor penghambat minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

b. Manfaat Akademik

Sebagai bentuk sumbangsih pemikiran untuk campus Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

c. Bagi Penulis

Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi S.E) pada program studi Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai bahan dan sarana penelitian tambahan yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

F. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman mengenai judul dan mempermudah pembaca untuk memahami, maka penulis perlu menjelaskan beberapa istilah penting:

Faktor : Menurut Sugiyono, faktor merupakan segala sesuatu yang

memengaruhi atau menjadi penyebab munculnya suatu gejala atau fenomena tertentu.[15] Faktor dapat dikelompokkan menjadi dua sumber, yaitu faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang atau individu, dan faktor yang bersumber dari luar seseorang antara lain keluarga, lingkungan, dan sebuah komunitas.[16]

Ekonomi : Menurut Adam Smith, ekonomi ialah penyelidikan keadaan dan sebab adanya kekayaan negara. Teori Adam Smith disebut juga sebagai teori ekonomi kalsikal. Ilmu ekonomi sebagai cabang ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia dalam usahanya mengalokasikan berbagai sumber daya terbatas untuk mencapai tujuan tertentu.[17]

Pengetahuan : Pengetahuan adalah hasil pekerjaan tahu atau apa yang diketahui, baik itu berupa hasil teori maupun dokumen keilmuan. Pengetahuan secaraa dinamis ialah proses dari hasil usaha manusia untuk tahu dalam sebuah dinamika realitas yang terus berubah dengan segala klaim kebenaran yang majemuk.[18]

Motivasi : Motivasi Adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertingkah laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang

---

[15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) hlm.41.

[16] Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)hlm.205.

[17] Widodo Hari Lusinto,dkk, *Manajemen, Ekonomi dan Perbankan Syariah: Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: Kaarya bakti Makmur (KBM) Indonesia,2025) hlm.108

[18] Fatah Syukur, Mahfud Junaedi, *Paradigma Baru Filsafat Pendidikan Islam* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017) hlm.29

menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Oleh karena itu, perbuatan seseorang yang didasarkan atas motivasi tertentu mengandung tema sesuai dengan motivasi yang mendasarinya.[19]

Keputusan : Keputusan adalah hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.[20]

Masyarakat : Masyarakat ialah suatu sistem dari kebiasaan dan tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok dan penggolongan, dari pengawasan tingkah laku serta kebebasan-kebebasan manusia. Keseluruhan yang selalu berubah ini kita namakan masyarakat. Masyarakat merupakan jalinan hubungan sosial.Dan masyarakat selalu berubah.[21]

Pengertian Masyarakat secara Sederhana yaitu sekumpulan manusia yang saling berinteraksi atau bergaul dengan kepenting yang sama. Terbentuknya masyarakat karena manusia menggunakan perasaan, pikiran dan keinginannya memberikan reaksi dalam lingkungannya.[22]

---

[19] Hamzah B.Uno, *Teori Motivasi Dan Pengukurannya Analisis Di Bidang Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006) hlm.1

[20] Okki Kurnia, Dasar-dasar manaajemen 5.0 (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2024) hlm.69

[21] H. Dadang Supardan, *Pengantar Ilmu Sosial Sebuah Kajian Pendekatan Struktural* (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2024)hlm.28.

[22] Dkk Sri Syatriani,Hasnawati, *Ilmu Kesehatan Masyarakat* (Makassar,Sulawesi Selatan:

Umrah : Umrah diambil dari kata *al-i'timar* yang berarti ziarah (berkunjung). Sedangkan yang dimaksud dengan umrah adalah berkunjung ke Ka'bah dengan melaksanakan thawaf mengelilinginya, sa'i antara Shafa dan Marwah, dan mencukur atau memotong rambut. Para ulama sepakat bahwa umrah adalah ibadah yang disyariatkan.[23]

Rizmedia Pustaka Indonesia, 2023)hlm.90-91.

[23] Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, ed. AM.Waskito (jakarta timur: pustaka al-kautsar, 2013) hlm.389.

BAB II
KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Ekonomi

Ekonomi secara estimologi, kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani, yaitu oikos yang artinya keluarga/rumah tangga dan nomos yang artinya tata aturan/hukum. Arti ilmu ekonomi secara umum adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan. kesejahteraan hidup umat manusia. Ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi.[24]

Faktor ekonomi berkaitan dengan kondisi keuangan konsumen yang mempengaruhi kemampuannya dalam membeli produk. Dalam kondisi ekonomi yang baik, konsumen lebih cenderung untuk membeli barang-barang yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga barang-barang yang lebih mewah atau berbasis keinginan. Sebaliknya, dalam kondisi ekonomi yang kurang stabil, konsumen mungkin akan lebih berhati-hati dalam pengeluarannya dan lebih fokus pada produk yang bersifat esensial.[25]

---

[24] Baihaqi Siddik Lubis Ryan Taufika, *Pengantar Ilmu Sosial* (Medan: Umsu Press, 2022)hlm.141 .

[25] Sabda aji Kurniawan, Piter Tiong dkk*, Perilaku konsumen* (Jawa Barat: CV.Mega Press Nusantara,2025) hlm.20

Selain itu, menurut Elizabeth B. Hurlock (dalam Trygu), Status Ekonomi adalah kondisi ekonomi. Jika seseorang tersebut memiliki status ekonomi yang cenderung baik dan stabil, maka orang tersebut akan memberikan minat pada berbagai hal tertentu yang mereka belum lakukan.[26]

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa keterbatasan ekonomi berpotensi menjadi faktor penghambat dalam pembentukan dan realisasi minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah. Mengingat pelaksanaan ibadah umrah memerlukan biaya yang relatif besar, kondisi ekonomi yang belum stabil dapat menyebabkan masyarakat menunda atau bahkan mengurungkan niatnya meskipun secara spiritual memiliki keinginan untuk melaksanakannya. Dengan demikian, faktor ekonomi dalam penelitian ini diposisikan sebagai salah satu indikator dalam variabel faktor penghambat yang mempengaruhi minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

2. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang didapatkan dan segala sesuatu yang diketahui manusia.[27] Pengetahuan adalah informasi, pemahaman, dan keterampilan yang Anda peroleh melalui pendidikan atau pengalaman. Pengetahuan adalah pemahaman atau informasi tentang subjek yang Anda dapatkan melalui pengalaman maupun studi yang diketahui baik oleh satu orang atau oleh orang-orang pada

[26] Trygu, *Teori Motivasi Abraham H. Maslow Dan Hubungannya Dengan Minat Belajar Matematika Siswa* (Bogor, Jawa Barat: Guepedia Group, 2021) hlm.34-35.

[27] M.Taufiq Rahman, *Filsafat Ilmu Pengetahuan* (Bandung: Prodi S2 Studi Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020) hlm.2.

umumnya.[28]

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetrahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut. Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Setiap konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk (*levels of product knowledge*) yang berbeda-beda, yang berguna untuk memahami informasi (stimulus) baru serta menentukan alternatif pilihan dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Tingkatan pengetahuan konsumen tersebut, dibentuk saat individu mengkombinasikan beberapa konsep kedalam kategori pengetahuan yang lebih besar.[29]

Pengetahuan yang dimaksud meliputi pemahaman mengenai tata cara pelaksanaan umrah, syarat dan rukun umrah, serta prosedur administrasi dan perjalanan umrah. Kurangnya pemahaman terhadap aspek-aspek tersebut dapat menjadi hambatan bagi masyarakat dalam menumbuhkan minat untuk melaksanakan ibadah umrah.

[28] I Ketut Swarjana, *Konsep Pengetahuan Sikap Perilaku Persepsi Stres Kecemasan Dukungan Sosial Kepatuhan Motivasi Kepuasan Pandemi Covid-19 Akses Layanan Kesehatan Lengkap Dengan Teori, Cara Mengukur Variabrl Dan Contoh Kuesioner* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022) hlm.3.

[29] Friska artaria Sitanggang, prayetno Agustinus Sitanggang, *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: PT.Nasya Expanding Management, 2021) hlm.105-107

Dengan demikian, pengetahuan dalam penelitian ini diposisikan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan dan berpotensi menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan apabila tingkat pemahaman masyarakat terhadap ibadah umrah masih rendah.

3. Motivasi

Motivasi merupakan Menurut Wahjosumidjo, motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. Dan motivasi sebagai proses psikologis timbul atau diakibatkan oleh faktor di dalam diri seseorang yang disebut instrinsik atau faktor di luar diri seseorang yang disebut faktor ekstrinsik. Menurut Wahab motivasi merupakan dorongan agar seseorang melakukan sesuatu kegiatan untuk mencapai tujuan. Dengan demikian motivasi sebagai konstruk hipotetik yang digunakan untuk menjelaskan keinginan arah, intensitas dan keajegan perilaku yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Motivasi juga merupakan dorongan. yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya.[30]

Motivasi adalah dorongan yang berasal dari dalam diri konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu. Setiap konsumen memiliki motivasi yang berbeda, misalnya ada yang membeli produk karena kebutuhan dasar (seperti makanan dan pakaian) atau karena keinginan untuk mengikuti tren. Motivasi ini dapat

[30] Sri Azyanti, *Motivasi Kepala Sekolah* (Kalimantan Barat: Yudha English Gallery, 2018) hlm.2-4.

didorong oleh faktor fisiologis (misalnya rasa lapar) atau psikologis (misalnya keinginan untuk menunjukkan status).[31]

4. Keputusan Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Setiadi bahwa perilaku konsumen Adalah dinamis, yang berarti bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen ataupun Masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Perilaku konsumen mencakup studi tentang bagaiman individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen melibatkan berbagai aktivitas termasuk proses pengambilan keputusan yang mengarah pada pembelian produk atau jasa, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan evaluasi kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian.[32]

b. Proses pengambilan keputusan konsumen

Tahapan dalam pengambilan keputusan yang dilalui oleh konsumen:

1. Pengenalan Kebutuhan

   Tahapan pertaman dalam proses pengambilan keputusan adalah ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang perlu diatasi. Kebutuhan ini bisa timbul dari rangsangan internal dan eksternal seperti melihat iklan yang menarik.

---

[31] Sabda aji Kurniawan, Piter Tiong dkk, *Perilaku konsumen* (Jawa Barat: CV.Mega Press Nusantara,2025) hlm.18

[32]Amelindha Vania, Rahmat Aji Nuryakin dkk, *Perilaku Konsumen* (Sumatera Barat: CV.Gita Lentera, 2023) hlm.3

2. Pencarian Informasi

   Setelah menyadari adanya kebutuhan, konsumen mulai mencari informasi untuk membantu mereka menemukan Solusi. Pencarian informasi ini bisa bersifat internal dari pengalaman pribadi dan ekternal dari sumber sumber seperti internet, teman, dan iklan. Pada tahap ini, konsumen mencoba mengidentifikasi pilihan yang tersedia yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

3. Evaluasi Alternatif

   Setelah mengumpulkan informasi yang cukup, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif yang ada. Evaluasi ini dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang penting bagi konsumen, seperti harga, kualitas.

4. Keputusan Pembelian

   Konsumen membuat keputusan akhir tentang produk atau layanan yang akan dibeli. Keputusan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk rekomendasi dari orang lain, pengalaman sebelumnya, atau persepsi terhadap merek. Namun, bahkan setelah keputusan dibuat, konsumen masih bisa berubah pikiran jika ada hambatan seperti masalah keuangan atau ketersedian produk.

5. Perilaku Pasca-Pembelian

   Tahap terakhir adalah evaluasi pasca-pembelian, di mana konsumen menilai apakah keputusan mereka memuaskan atau tidak. Jika produk atau layanan

memenuhi harapan, konsumen mungkin merasa puas dan loyal terhadap merek. Jika terjadi ketidak cocok an antara harapan dan kenyataan konsumen bisa mengalami ketidakpuasan.[33]

c. Indikator Keputusan

Berdasarkan tahapan tersebut, indikator dalam penelitian ini disesuaikan dengan konteks ibadah umrah, yang penulis turunkan dari teori perilaku konsumen, khususnya pada tahapan proses pengambilan keputusan menurut Kotler meliputi:

1. Pencarian informasi

   Setelah menyadari adanya kebutuhan, konsumen mulai mencari informasi untuk membantu mereka menemukan Solusi. Pencarian informasi ini bisa bersifat internal dari pengalaman pribadi dan ekternal dari sumber sumber seperti internet, teman, dan iklan. Pada tahap ini, konsumen mencoba mengidentifikasi pilihan yang tersedia yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

2. Niat dan dorongaan

   Niat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan sebagai hasil dari dorongan internal dan pengaruh eksternal. Dalam perilaku konsumen, niat muncul setelah individu menyadari kebutuhan dan terdorong untuk memenuhinya, sehingga menjadi tahap awal sebelum

[33] Bayu Kurniawan, *Buku Ajar Perilaku Konsumen Perspektif Pemasaran Digital,* (jawa barat: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024) hlm. 29-30

keputusan diambil. Niat ini dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, serta pengalaman individu dalam mempertimbangkan suatu tindakan.[34]

Selain itu, dorongan atau motivasi merupakan kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam perilaku konsumen, motivasi berperan dalam membentuk niat yang akhirnya mengarah pada keputusan. Semakin kuat dorongan yang dimiliki seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mengambil keputusan untuk melakukan suatu Tindakan.[35]

3. Perencanaan

Perencanaan merupakan proses penyusunan langkah-langkah yang dilakukan individu dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam perilaku konsumen, perencanaan terjadi ketika individu mulai mengorganisasi sumber daya seperti waktu, biaya, dan informasi sebelum mengambil keputusan. Tahap ini menunjukkan bahwa individu telah memiliki keseriusan dalam menentukan pilihan tindakan.[36]

Dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan juga berkaitan dengan evaluasi alternatif serta kesiapan individu dalam merealisasikan keputusan. Konsumen yang melakukan perencanaan dengan baik cenderung lebih

[34] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 195.

[35] Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 72.

[36] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2016, hlm. 195–196

yakin terhadap keputusan yang diambil, karena telah mempertimbangkan berbagai kemungkinan dan risiko yang ada.[37]

4. Tindakan Keputusan

   Tindakan keputusan merupakan tahap di mana individu merealisasikan pilihan yang telah ditetapkan ke dalam bentuk perilaku nyata. Dalam perilaku konsumen, tahap ini dikenal sebagai keputusan pembelian, yaitu ketika konsumen benar-benar melakukan tindakan setelah melalui berbagai pertimbangan sebelumnya.

   Pelaksanaan keputusan dipengaruhi oleh keyakinan individu serta faktor situasional seperti kondisi ekonomi dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, meskipun seseorang telah memiliki niat dan perencanaan, keputusan akhir tetap ditentukan oleh kesiapan dan kondisi yang mendukung terjadinya tindakan nyata.[38]

4. Pengertian Umrah

Umrah adalah berkunjung ke Baitullah untuk melakukan thawaf, sa'i, dan bercukur demi mengharap ridha Allah. Umrah secara berasal dari kata *i'timar* yang berarti ziarah, yakni menziarahi ka'bah dan bertawaf, kemudian ber sa'i antara shafa dan marwah, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wkuf di arafah. Secara istilah, umrah adalah berkunjung ke baitullah untuk melakukan ihram dari miqat,thawaf,sa'i

[37] James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara, 2016 (cetak ulang), hlm. 156.

[38] Leon Schiffman dan Joseph Wisenblit, *Consumer Behavior*, Pearson Education, 2015, hlm. 392.

dan bercukur (tahallul) demi mengharap ridha Allah SWT.[39]

Sebagaimana kita ketahui bahwa aktifitas umrah tersebut merupakan refleksi dari pengalaman-pengalaman hamba Allah (yaitu Ibrahim dan putranya Nabi Ismail) dalam menegakkan kalimat tauhid. Perkataan umrah yang disebut sebagai berarti meramaikan itu sebetulnya sama artinya dengan makmur (diambil dari bahasa arab Ma'mur). Makmur dalam bahasa Indonesia itu juga satu akat kata dengan umroh. Suatu negeri dikatakan makmur jika tidak hanya properous tapi juga kertaraharja (bahasa jawa kuno). Jadi tidak hanya ramai tetapi juga mensejahterakan atau membuatnya sejahtera.

Landasan hukum melaksanakan Umrah ialah sunnah bagi semua muslim yang mampu melaksanakannya, baik mampu secara materi maupun non materi. Umrah bisa dilaksanakan kapan saja terkecuali saat hari Arafah yaitu tanggal 10 Dzulhijjah dan hari tasyrik pada tanggal 11, 12 dan 13 Dzulhijjah. Fukaha berbeda pendapat mengenai hukum umroh, yakni apakah umrah wajib dan hanya dilaksanakan sekali seumur hidup/sunnah.[40]

a. Hukum Umrah

Hukum umrah wajib sekali seumur hidup.Ibadah umrah diwajib bagi orang muslim yang mampu menunaikannya sekali seumur hidup.[41] Ulama malikiyah dan kebanyakan ulama hanafiyah lainnya berpendapat bahwa umrah itu sunnah muakkad,

[39] H.Tata Sukayat, *Manajem Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*, ed. Nunik Siti Nurbaya (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016)hlm.24.

[40] Kementerian Agama RI, "Tuntunan Manasik Haji Dan Umrah,Dirjen Penyelenggaraan Haji Dan Umrah," 2020.

[41] Rosidin, *Modul Fikih Ibadah*, ed. Rofiq Ma'mun (Malang: Edulitera, 2021) hlm.75.

yaitu umrah sekali seumur hidup,bagi yang melaksanakan lebih dari satu kali, hukumnya sunnah.[42]

Umrah dilaksanakan bersama niat berihram dari miqat, selanjutnya thawaf, sa'i, dan berakhir dengan memotong rambut/bercukur atau tahallul. Umrah dilakukan secara berurutan/tertib. Umrah terbagi menjadi 2, yakni Umrah wajib dan sunat.

Wajib Umrah Bahwa umrah wajib dilakukan dan hanya sekali seumur hidup. Ini dinyatakan mahzab Syafi'I dan Hanbali, salah satu dalil berikut: Firman Allah SWT. QS.Al-Baqarah:196

وَاَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلّٰهِ

Artinya : *Dan Sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah*[43]

Penyebutan kata Haji dan Umrah secara berurutan ini menunjukkan bahwa hukum umrah itu sama dengan hukum Haji, yakni wajib. Umrah yang pertama kali dilakukan disebut *umratul al-islam*,dan Umrah di lakukan karena bernazar,Sedangkan umrah sunah adalah yang dilaksanakan untuk yang kedua kali dan seterusnya dan bukan karena nazar.[44]

Hadist yang diriwayatkan oleh bukhari secara Muallaq :

لَيْسَ مِنْ أَحَدٍ إِلَّا وَعَلَيْهِ حُجَّةً وَعُمْرَةً وَاجِبَتَانِ لَا بُدَّ مِنْهُمَا فَمَنْ زَادَ بَعْدَ ذَلِكَ خَيْرٌ وَتَطَوُّعُ (رواه البخاري)

Artinya *: Tidak ada kewajiban atas seseorang kecuali haji dan umrah, keduanya wajib (dan) harus dilaksanakan. Barang siapa yang melakukannya (lebih dari satu kali) maka itu baik dan hukumnya sunnah (H.R Bukhari)*[45]

---

[42] Mahasiswa UNUSIA Jakarta (Universitas Nahdatul Ulama Indonesia) Kampus B Semester Satu Kelas FAI B, *Kumpulan Tulisan "Kompilasi Fiqih Ibadah Milenial"* (Jawa Barat: Guepedia, 2019)hlm.162.

[43] *Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 196 (2) Dan Terjemehannya*, n.d.

[44] H.Johari Dan H.Johar Arifin, *Tuntunan Manasik Haji&Umrah Menuju Kesempurnaan Ibadah Sesuai Sunnah Rasulullah SAW*, ed. Maulana Aenul Yaqin (Yogyakarta: CV.Istana Agency, 2019) hlm.3.

[45] H.Johari Dan H.Johar Arifin, *Tuntunan Manasik Haji & Umrah Menuju Kesempurnaan*

b. Waktu Mengerjakan Umrah

Umrah bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun. Umrah tidak terikat hanya pada beberapa bulan seperti ibadah haji. Namun, umrah tidak tianjurkan pada 9 Dzulhijjah yang merupakan puncak pelaksanaan ibadah haji, terkecuali pada waktu yang dimakruhkan melakukan umrah bagi jamaah haji, yakni ketika jamaah haji wukuf dipadang arafah pada hari arafah, hari nahr yaitu 10 Dzulhijjah dan hari-hari tasysrik.[46]

c. Syarat, Rukun, Wajib, Miqat, Tahalul Umrah

1. Syarat Umrah

Adapun syarat-syarat wajib umrah sama dengan syarat wajib Haji, sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya, yakni:

a) Islam.

b) Dewasa/Baligh

c) Berakal sehat/Aqil

d) Merdeka sahaya/ Tidak hamba sahaya

e) Mampu/Istitha'ah

Jika tidak terpenuhi syarat diatas, maka gugur lah kewajiban umrah seseorang.[47]

2. Rukun Umrah

a) Niat/Ihram

Ihram adalah berniat untuk menunaikan ibadah umrah. Berniat ihram di Miqat

---

Ibadah Sesuai Sunnah Rasulullah SAW, ed. Maulana Aenul Yaqin (Yogyakarta: CV.Istana Agency, 2019)hlm.9-10.

[46] Tata Sukayat, *Manajemen Haji,Umrah Dan Wisata Agama* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016)hlm.24.

[47] H.Tata Sukayat, *Manajem Haji, Umrah, Dan Wisata Agama* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016) hlm.25-26.

ketika mengerjakan umrah, bagi jama'ah umrah wajib menempatkan niat di Miqot ketika hendak melakukan ibadah umrah. Miqat terbagi kepada dua bagian, yaitu: miqat zamani: miqat zamani umrah ialah boleh melakukan niat ihram umrah sepanjang masa, dan tidak ada batas tertentu sebagaimana ibadah haji. Dan miqat makani : Miqat makani umrah ialah ketentuan tempat untuk seseorang berniat ihram umrah.[48]

b) Thawaf

Secara etimologi, thawaf artinya mengelilingi sesuatu, sedangkan secara terminologi syari'at artinya mengelilingi ka'bah dengan cara-cara tertentu. Thawaf adalah salah satu rangkaian ibadah haji dan umrah yang dilakukan dengan cara mengelilingi kakbah sebanyak tujuh kali. Thawaf merupakan aktifitas mengelilingi ka'bah sebanyak tujuh kali yang merupakan salah satu rukun dalam rangkaian ibadah haji maupun umrah. Thawaf menjadi keabsahan ibadah bahkan tidak bisa diganti dengan denda (dam) apabila jama'ah haji atau umrah meninggalkan rukun ini.[49]

c) Sa'i

Sa'i merupakan rukun haji, sa'i adalah berjalan atau berlari-lari kecil antara bukit Safa dan Marwah sebanyak 7 kali, dilakukan setelah tawaf di Ifadah. Tempat sa'i antara shafa dan Marwah ini sekarang telah menyatu dengan Masjidil haram.[50]

d) Tahallul (mencukur/memendekkan rambut)

Tahallul atau bercukur, yaitu mencukur/memotong rambut kepala. Bercukur

---

[48] H. Darwin Zainuddin, *Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah–Madinah*, Ed. Muhammad Zaki Mubarok (Medan: Perdana Publishing, 2021) hlm.25.

[49] Ratih Puspitawati, *Buku Pintar & Praktis Haji Dan Umrah Lengkap Sesuai Sunnah*, ed. Alifia (Kabupaten Bogor: Sulthon, 2023) hlm.113.

[50] Muhammad Syukron Maksum, *Buku Pintar Panduan Lengkap Ibadah Muslimah*, Tim Mutiar. (Yogyakarta: Mutiara Media, 2012) hlm.203.

bisa dilakukan dengan digundul (Tahliq) dan ini lebih afdhol, dan bisa juga dipendekkan (Taqshir). Untuk wanita, rambut yang digunting cukup sepanjang ujung jari, dan harus digunting oleh sesama wanita atau mahram (suami, anak dsb) dan tidak boleh digunting oleh laki-laki yang bukan mahramnya. Dan bagi jamaah wanita harus berhati-hati karena rambut wanita adalah aurat maka sewaktu memotongnya jangan sampai terbuka dan terlihat orang lain.[51]

e) Tertib dengan melakukan syarat manasik sesuai aturan yang berlaku.

Rukun umrah tidak bisa ditinggalkan dan tidak bisa diganti dengan (dam) Jika tidak terpenuhi, maka umrohnya tidak sah. Tertib ialah mengerjakan rukun umrah menurut susunannya satu demi satu, dimulai dengan niat ihram, kemudian diikuti dengan thawaf, sa'i dan tahallul (bercukur). Dengan ini selesailah pekerjaan ibadah umrah, kemudian jama'ah boleh menanggalkan pakaian ihram dan berpakaian seperti biasa.

3. Wajib Umrah

Wajib umrah ada dua, yaitu:

a). Niat ihram di miqat

b). Menghindari semua larangan-larangan ihram.

Namun bila dilanggar ibadah umrohnya tetap sah tapi wajib membayar/menggantinya dengan (dam). [52]

[51] H. Darwin Zainuddin, *Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah–Madinah, Ed.Muhammad Zaki Mubarok* (Medan:Perdana Publishin,2021).

[52] Harjan Syuhada Sungarso, *Fikih Madrasah Aliyah Kelas X*, ed. Cepi Kamaludin (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2021) hlm.75.

4. Tahalul Umrah

Tahallul umrah adalah kondisi seseorang sudah diperbolehkan/dihalalkan melaksanakan perbuatan yang sebelumnya di larang selama berihram umrah dengan ditandai mencukur rambut.

d. Sunah-Sunah Umrah

Menurut Al-Jazairi sunnah-sunnah umrah adalah amalan yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW untuk dikerjakan selama pelaksanaan umrah. Apabila ditinggalkan, tidak membatalkan ibadah umrah dan tidak diwajibkan membayar dam, namun seseorang akan kehilangan keutamaan dan pahala dari amalan tersebut. Di antara sunnah-sunnah tersebut adalah memperbanyak dzikir, doa, shalawat, dan mencium Hajar Aswad, serta melakukan thawaf sunnah.[53]

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu

No	Penelitian Dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Fachrudin Fiqri Affandy IAIN Fattahul Muluk Papua. Perilaku	Penelitian ini Hasil menunjukkan bahwa Ibadah umrah	Memiliki persamaan Kedua penelitian sama-sama mengkaji fenomena ibadah	Memiliki perbedaan berfokus Menggunakan jenis penelitian kualitatif

[53] Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, *Fiqh Sunnah Untuk Wanita Dan Laki-Laki, Terj. Abu Ihsan Al-Atsari* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2013) hlm.452.

	Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara ‘Ubudiyah Dan Gaya Hidup.[54]	memiliki dua dimensi: dimensi akhirat (ibadah) dan dimensi duniawi (gaya hidup). Pola konsumsi umrah sejalan dengan pemenuhan kebutuhan dharuriyyat, hajiyyat,. dan tahsiniyyat. Umrah tidak dapat dipisahkan dari aspek bisnis dan gaya	umrah dalam konteks perilaku masyarakat atau konsumen Muslim di Indonesia. Aspek yang Diteliti: Keduanya menyinggung keterkaitan antara pemenuhan kebutuhan ekonomi/finansial dengan pelaksanaan ibadah spiritual. Fokus Masalah: Keduanya mengakui bahwa ibadah umrah merupakan keinginan besar umat Muslim namun dipengaruhi	dengan pendekatan kajian literatur, Mengeksplorasi pola konsumsi dan dimensi umrah antara ibadah ('ubudiyah) dan gaya hidup, Masyarakat Muslim di Indonesia secara umum (kajian literatur), Deskriptif kualitatif berdasarkan literatur dan fakta lapangan,Menemukan adanya pergeseran dimensi umrah ke arah gaya hidup dan bisnis.

[54] Fachrudin Fiqri Affandy, *Perilaku Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara ‘Ubudiyah Dan Gaya Hidup ,* Jurnal kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah Volume 1 Nomor 2, Desember 2020

		hidup.	oleh faktor-faktor pendukung maupun penghambat tertentu.	
2	Finni Drawidayanti. Minat Masyarakat Kampung Baru Sentajo Terhadap Produk Pembiayaan Umroh Berbasis Tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan[55]	Penelitian ini Minat masyarakat berada dalam kategori rendah (18,60%). Faktor ketertarikan meliputi syarat mudah dan pelayanan baik, sedangkan faktor ketidaktertarikan meliputi kondisi	Kedua penelitian sama-sama mengkaji minat atau keputusan masyarakat Muslim di Indonesia dalam melaksanakan ibadah umrah. Variabel Ekonomi: Keduanya mengidentifikasi bahwa kondisi ekonomi merupakan faktor kunci yang memengaruhi kemampuan atau minat masyarakat	Fokus Penelitian: Penelitian pertama berfokus pada faktor penghambat minat masyarakat secara umum , sedangkan penelitian kedua lebih spesifik pada minat terhadap produk pembiayaan umrah berbasis tabungan di bank syariah tertentu. Metode Penelitian: Penelitian 1 menggunakan

[55] Feni Driwiyanti, *Minat Masyarakat Kampung Baru Sentajo Terhadap Produk Pembiayaan Umroh Berbasis Tabungan Dibank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan,*

		ekonomi, kurangnya sosialisasi, dan ketidakpahaman prosedur perbankan.	untuk berangkat umrah. Variabel Pengetahuan: Keduanya menyoroti bahwa kurangnya pengetahuan atau pemahaman (baik tentang prosedur umrah maupun pembiayaan) menjadi penghambat bagi masyarakat. Latar Belakang Masalah: Kedua penelitian berangkat dari fenomena tingginya keinginan spiritual masyarakat untuk beribadah ke tanah suci, namun masih terkendala oleh	pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal dan analisis regresi linier berganda. Penelitian 2 menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Lokasi dan Subjek: Penelitian 1 dilakukan di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, dengan responden masyarakat yang belum umrah. Penelitian 2 dilakukan di Kampung Baru Sentajo, dengan

			faktor-faktor praktis tertentu.	populasi masyarakat petani, pedagang, dan PNS. Tujuan Akhir: Penelitian pertama bertujuan menentukan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan , sementara penelitian kedua bertujuan memetakan alasan ketertarikan dan ketidaktertarikan terhadap produk perbankan.
3	Laila Denianti dan Kurnia	Penelitian menunjukkan Jamaah umrah	Penelitian sama sama membahas tentang perilaku masyarakat	Penelitian terdahulu berfokus pada Metode Penelitian

	Muhajarah Pemenuhan Kebutuhan Psikologis Dasar Dalam Motivasi Jamaah Umrah Mandiri.[56]	mandiri memenuhi kebutuhan psikologis dasar mereka (kompetensi, kemandirian, dan keterkaitan) melalui faktor pengalaman sebelumnya, teknologi, akses informasi, dan komunitas. Pemenuhan kebutuhan ini meningkatkan motivasi	Muslim terkait pelaksanaan ibadah umrah. Variabel Motivasi: Keduanya menempatkan motivasi sebagai elemen kunci yang memengaruhi jamaah atau masyarakat dalam konteks ibadah umrah. Peran Pengetahuan/Informasi: Keduanya mengakui pentingnya akses informasi dan pengetahuan (baik tentang prosedur maupun kemandirian)	Kualitatif dengan pendekatan psikologi, Fokus Utama Motivasi dalam konteks umrah mandiri (tanpa travel), teknik analisis Wawancara mendalam dan observasi pada 5 partisipan, Lokasi/Subjek Jamaah yang sudah berpengalaman umrah mandiri, temuan dominasi motivasi intrinsik melalui

[56] Laila Denianti, Kurnia Muhajarah *Pemenuhan Kebutuhan Psikologis Dasar Dalam Motivasi Jamaah Umrah Mandiri,* Jurnal Ilmu Agama Volume 8 Nomor 1 (2025)

		intrinsik dan ekstrinsik, di mana motivasi intrinsik lebih dominan berkembang selama pelaksanaan umrah mandiri.	dalam mendukung pelaksanaan ibadah.	kemandirian
4	Tiara, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umroh di Istana Tour dan Travel Kota	Penelitian ini Harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa umrah; harga yang kompetitif dan terjangkau meningkatkan permintaan.	Penelitian sama sama Topik Utama: Kedua penelitian sama-sama mengkaji fenomena ibadah umrah dari sudut pandang ekonomi dan perilaku konsumen. Metodologi: Keduanya menggunakan pendekatan	Penelitian terdahulu berfokus pada Menganalisis faktor yang memengaruhi permintaan jasa pada biro perjalanan (travel) tertentu,variabelnya Harga, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas, lokasi penelitian dan

	Pekanbaru.[57]	Kualitas pelayanan berpengaruh positif; semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi permintaan jasa umrah. Loyalitas juga memiliki pengaruh signifikan karena mencerminkan kepercayaan jamaah dalam transaksi yang sesuai prinsip	kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Variabel Ekonomi: Keduanya menyoroti bahwa aspek finansial (baik kondisi ekonomi masyarakat maupun harga paket) merupakan faktor penentu yang sangat penting dalam pelaksanaan umrah.	tujuan kajian terdahulu mengevaluasi daya saing agen travel di tengah persaingan industri.

[57] Tiara, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umroh Di Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru, 2026*

		syariah		
5	Nadia Syahida, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Tabungan Haji pada Masyarakat Kecamatan Metro Pusat Kota Metro.[58]	Penelitian ini Minat masyarakat dalam memilih tabungan haji dipengaruhi oleh perpaduan berbagai faktor, terutama pelayanan, pengetahuan, kepercayaan, religiusitas, sosial, lokasi, dan promosi. Tingkat dominasi	Penelitian sama-sama mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat atau keputusan masyarakat terkait ibadah di tanah suci (haji dan umrah). Peniliti mengidentifikasi bahwa pengetahuan masyarakat mengenai produk atau prosedur ibadah merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan mereka. Kedua peneliti	Penelitian terdahulu berfokus pada ibadah Haji (khususnya Tabungan Haji), menggunakan metode Kualitatif (menggunakan teknik wawancara mendalam dengan responden), lokasi penelitian di Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, variabel utamanya Pelayanan, Pengetahuan, Kepercayaan,

[58] Nadia Syahida*, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Masyarakat Kecamatan Metro Pusat Kota Metro*

		faktor-faktor tersebut berbeda pada setiap individu; misalnya, bagi beberapa responden, pelayanan dan kepercayaan adalah faktor utama, sementara bagi yang lain, lokasi dan pengetahuan lebih dominan. Keputusan menabung haji tidak hanya didasari oleh kualitas layanan, tetapi	berangkat dari adanya potensi minat yang besar pada masyarakat Muslim namun terdapat faktor-faktor tertentu yang perlu dianalisis lebih dalam untuk merealisasikan niat ibadah tersebut. Kedua peneliti berasal dari Program Studi yang sama, yaitu Manajemen Haji dan Umrah.	Religiusitas, Sosial, Lokasi, dan Promosi.

		juga rasa percaya pada bank syariah dan dorongan nilai-nilai keagamaan (religiusitas).		

C. Kerangka Pemikiran

Menurut sugiyono kerangka berpiki merupakan model konseptual yang dimanfaatkan untuk teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikaksi sebagai suatu masalah yang penting. Sedangkan menurut Sapto Haryoko kerangka berpikir adalah sebuah penelitian yang meneliti dua variable atau lebih.[59] Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran disusun berdasarkan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan seseorang dalam melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah. Kemampuan finansial

[59] Sena Wahyu Purwanza, Ainul Aditya Wardhana Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2022) hlm.30

seperti tingkat penghasilan, kepemilikan tabungan, serta persepsi terhadap biaya umrah menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Semakin baik kondisi ekonomi seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mengambil keputusan untuk melaksanakan ibadah umrah.

Pengetahuan juga memiliki peran penting mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.[60] Pengetahuan yang baik mengenai syarat, rukun, serta prosedur pelaksanaan umrah akan meningkatkan pemahaman dan keyakinan seseorang. Dengan adanya pengetahuan yang memadai, individu akan lebih siap dan tidak ragu dalam mengambil keputusan untuk melaksanakan ibadah umrah.

Motivasi merupakan faktor pendorong dalam diri individu yang mempengaruhi keputusan untuk bertindak. Motivasi dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar, seperti dorongan keluarga atau tokoh agama.[61] Semakin tinggi motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mengambil keputusan untuk melaksanakan ibadah umrah. Berdasarkan teori perilaku konsumen, keputusan merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan yang meliputi tahap pencarian informasi, pembentukan niat, perencanaan, hingga tindakan keputusan. Dalam penelitian ini, keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah diukur melalui indikator pencarian informasi, niat dan dorongan, perencanaan keberangkatan, serta tindakan keputusan.

---

[60] Asri, Rika Widianita, *Buku Monografi Determinan Perilaku Anti Food Waste* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2024) hlm.29

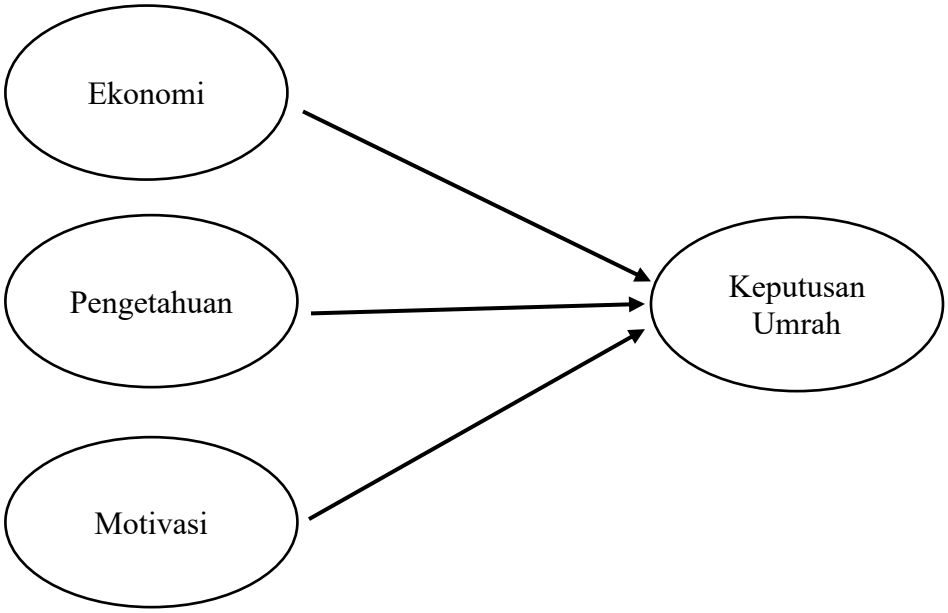
[61] Lis Yulianti Syafrida Siregar, *Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku,* Jurnal Forum Paedagogik: Vol. 11, No. 2 (2020): 86

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah.

Berikut Kerangka Pemikian dalam Penelitian Ini:

Gambar. 2.1

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Menurut Gunawan bahwa hipotesis adalah suatu asumsi ataau anggapan atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau tak di tolak secara empiris. Penentuan apakah suatu hipotesis dapat ditolak atau tak ditolak merupakan tujuan pengujian hipotesis.[62] Hipotesis adalah satu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

[62] Dian Kusuma wardani, *Pengujian Hipotesis Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif,* (Jawa Timur: LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah,2020) hlm.15.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dikemukakan, peneliti mengajukan hipotesis kerja yaitu :

Hipotesis Utama (H1)

H_0: Faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek.

H_1: Faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada pengumpulan data dalam bentuk angka dan analisis statistik untuk menguji hipotesis. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara sistematis serta menghasilkan kesimpulan yang dapat diuji secara empiris.[63]

Berdasarkan tujuan analisis, jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono defenisi metode penelitian assosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sekaligus pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.[64]

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh variabel independen (faktor ekonomi, pengetahuan, motivasi) terhadap variabel dependen (keputusan), dengan menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Desain penelitian ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan dan pengaruh antarvariabel secara terukur dan objektif.[65] Pendekatan kuantitatif dengan asosiatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang

---

[63] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 13.

[64] Yusuf Ronny Edward, *Dampak Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja* (Surabaya: CV.Jakad Media Publishing,2022), hlm.28

[65] Uma Sekaran & Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (United Kingdom: Wiley, 2016), hlm. 104.

terukur, objektif, serta dapat digeneralisasikan, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang relevan dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Penelitian kuantitatif disebut demikian karena data yang digunakan berupa angka-angka, dan analisisnya menggunakan teknik statistik. Dengan kata lain, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran objektif terhadap fenomena sosial melalui data numerik atau kuantitas.[66]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun lokasi penelitian dilakukan di Jorong kota tinggi panda Sikek. Penelitian ini dilakukan karena berdasarkan observasi singkat awal peneliti terdapat masih rendahnya minat sebagian masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, meskipun secara umum keinginan untuk menunaikan ibadah ke Tanah Suci sangat tinggi di kalangan umat Islam. Setelah diketahui bahwa terdapat beberapa faktor penghambat yang mempengaruhi hal tersebut, terutama keterbatasan ekonomi pembelajaran/pengetahuan dan motivasi. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil penelitian tentang analisis faktor-faktor penghambat minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah (studi kasus jorong Koto tinggi pandai Sikek). Waktu penelitian ini dimulai dari bulan di Juni 2025 sampai penelitian ini selesai.

[66] Suharsimi. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hlm.22.

C. Sumbar Data

1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang diteliti. Menurut lofland sumber data primer adalah data yang memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian atau sumber pertama di mana sumber data dihasilkan.[67]

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden diminta untuk memilih salah satu dari alternatif jawaban yang tersedia atau mengisi jawaban secara bebas. Pembentukan kuesioner ini berdasarkan dari indikator dari masing-masing faktor penghambat yaitu faktor ekonomi, pengetahuan umrah, motivasi.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah tulisan ilmia, data BPS, penelitan atau buku buku yang mendukung tema penelitian. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data bersumber dari data tertulis.[68] Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatanya dalam mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sitemastis dan dipermudah olehnya.[69]

---

[67] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm.137.

[68] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 20

[69] Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenadia Grup, 2016), h. 76

a. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian bersifat perilaku, tindakan manusia, dan fenomena alam, proses kerja dan penggunaan responden kecil. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.[70]

b. Wawancara

Dalam buku Djam‟an Satori, menurut Sudjana wawancara adalah proses pengambilan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dengan pihak yang ditanya atau penjawab.[71] Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Menurut Patton, dalam proses wawancara dengan menggunakan pedoman umum wawancara, interviuw dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka. Wawancara terbuka yaitu wawancara yang para subjeknya tahu bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pula apa maksud dan tujuan wawancara itu.

[70] Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenadia Grup, 2016), h. 87
[71] Djam‟an Satori dan Aan Komaroiah, *Metodologi Penelitian Kualitatif,…*h. 130

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.[72]

D. Populasi Dan Sampel Penelitian

1.Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga diartikan sebagai keseluruhan subjek penelitian.[73]

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan sesama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk daerah (area) atau objek penelitiannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim yang berdomisili di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, dengan jumlah penduduk 1.662 jiwa berdasarkan data tahun 2024.

[72] Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*... h. 90

[73] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013) hlm. 173.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri atau keadaan tertentu. Sampel juga dapat diartikan sebagai satu bagian dari sejumlah populasi dengan cara demikian sehingga dianggap mewakili seluruh anggota populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu.[74] Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan responden berdasarkan kriteria yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu Masyarakat yang memenuhi syarat tertentu untuk diteliti.

Dalam menentukan besarnya sampel peneliti menggunakan *margin of error*nya adalah 5% karena nilai tersebut dianggap ideal untuk memperoleh data yang akurat dengan tingkat kepercayaan 95%, namun tetap efisien dalam hal jumlah sampel dan sumber daya penelitian. *Margin of error* 5% merupakan standar umum dalam penelitian sosial kuantitatif karena mampu memberikan hasil yang cukup representatif terhadap populasi.[75]

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

[74] M. Rezeki Muamar Fatimah, *Analisis Kebutuhan Dan Karakteristik Peserta Didik* (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2023) hlm. 41.

[75] Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitati,Kualitatif,Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm.87.

Keterangan:

n= jumlah sampel

N= Jumlah populasi (1.662 orang)

e= Tingkat Kelonggaran/*margin of error (5%)*

$$n = \frac{1.662}{1 + 1.662\ (0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{1.662}{1 + 1.662\ (0{,}0025)}$$

$$n = \frac{1.662}{1 + 4{,}155}$$

$$n = \frac{1.662}{5{,}155} \quad n = 322$$

Populasi sebanyak 1.662 orang-orang dan tingkat kelonggarannya 5% maka jumlah sampel adalah sebanyak 322 orang, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan sampel yang besar.

E. Teknik Pengumpulan data

1. Kuesioner atau angket

Kusioner atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk memahami individu dengan cara memberikan suatu daftar pernyataan atau pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu. Dengan kusioner, konselor dapat memperoleh berbagai macam data tentang individu dalam waktu yang relatif singkat. Karena itu diabandingkan dengan metode pemahaman individu yang lain, kusioner mampunyai

keunggulan dalam hal dapat dilakukan Secara masal, dalam waktu pendek, dan mampu mengungkap berbagai aspek kepribadian individu. Sukardi menyatakan bahwa kusioner atau angket Adalah seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden.[76] Menurut Arikunto, kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Dengan demikian, penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti memperoleh data yang terstruktur, objektif, serta mudah untuk diolah secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini kuesioner angket akan diberikan kepada masyarakat yang belum umrah akan di susun menggunakan skala likerts, yaitu:

Tabel 3.1

Kusioner/Angket Masyarakat Jorong Koto Tinggi,Pandai Sikek

Skala	**Keterangan**	**Perkodean**
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Ragu-Ragu	R
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

[76] Susilo Rahardjo, Kons Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes* (Jakarta: Prenada Media, 2022), hlm. 94

F. Operasional variabel

1. Variabel independen (X)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini faktor ekonomi, pengetahuan, motivasi.

2. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan masyarakat untuk umrah (Y). Dengan indikator variabel x dan variabel y dapat penulis operasional disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Indikator Konsep Operasional dan Devenisi Variabel

No	Variabel	Faktor	Indikator
1	Faktor-faktor penghambat adalah segala sesuatu yang menjadi kendala atau hambatan dalam mendorong seseorang untuk melaksanakan ibadah umrah, baik dari aspek ekonomi maupun pemahaman keagamaan.	1). Faktor Ekonomi	a).Penghasilan belum mencukupi untuk biaya umrah b). Belum memiliki tabungan khusus untuk umrah c). Biaya umrah dianggap terlalu mahal dibanding kebutuhan lain
		2). Pengetahuan	a).Belum mengetahui syarat dan rukun umrah

			secara lengkap b).Belum memahami prosedur pelaksanaan umrah dari awal hingga akhir c). Kurang memahami biaya dan perencanaan keuangan untuk umrah
		1).Motivasi	a). Belum merasa adanya kebutuhan mendesak untuk segera berumrah b). Belum adanya target atau niat yang kuat untuk melaksanakan umrah dalam waktu dekat c). Kurangnya dorongan dari tokoh agama atau lingkungan untuk berumrah
2	Minat adalah dorongan dalam diri seseorang yang disertai	1. Pencarian Informasi	a. Mencari informasi tentang prosedur, syarat

	rasa ingin tahu dan usaha nyata untuk melaksanakan ibadah umrah**.**		dan biaya umrah b. Bertanya pada orang yang sudah umrah c. Membaca atau menonton seputar umrah dimedia (buku, internet)
		2. Niat dan dorongan	a. Niat kuat dalam hati untuk menunaikan umrah b. Merasa termotivasi ketika melihat atau mendengar tentang umrah c. Menganggap umrah sebagai salah satu tujuan ibadah yang penting dalam hidup
		3. Perencanaan	a. Menyisihkan dana khusus untuk keberangkatan umrah b. Membuat target waktu berangkat

			c. Memilih travel umrah atau mempelajari paket umrah yang tersedia
		4.Tindakan Keputusan	a. Mengikuti kegiatan manasik b. Memiliki tabungan umrah c. Mendaftar di biro perjalanan umrah

G. Teknik Analisis Data

1 Analisis Deskriptif

a) Karakteristik Responden

Menurut Sugiyono karakteristik responden merupakan informasi dasar mengenai latar belakang responden yang digunakan untuk mendeskripsikan populasi penelitian.[77] Sedangkan menurut Arikunto karakteristik responden membantu peneliti memahami faktor-faktor individu yang mungkin berpengaruh terhadap variabel yang diteliti, seperti motivasi, minat .[78] Dengan demikian, analisis karakteristik responden penting untuk memberikan gambaran awal tentang kondisi responden dan menjadi dasar dalam menginterpretasikan hasil analisis variabel penelitian.

[77] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm.142.

[78] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019)hlm.2111.

2 Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Validitas merupakan suatu instrument pengukur atau tes ysng pada dsarnya menunjuk kepada derajat fungsi pengukuran tes atau derajat kecermatan ukurnya sesuatu tes. Validitas suatu tes mempermasalahkan apakah tes tersebut benar-benar mengukur apa yang hendak diukur.[79] Validitas sangat penting dalam penelitian karena instrumen yang tidak valid dapat menghasilkan data yang menyimpang dan tidak dapat dipercaya. Dalam konteks kuesioner, validitas dapat diuji dengan melihat korelasi antara skor tiap item dengan total skor variabelnya. Jika korelasi tersebut signifikan dan memenuhi nilai r yang ditetapkan , maka item tersebut dinyatakan valid.[80]Secara umum validitas merupakan kekuatan kesimpulan, inferensi, atau proposisi dari hasil riset yang sudah dilakukan yang mendekati kebenaran. Ada tiga pendapat tentang pengertian uji validitas yaitu:

1). Cook dan Campbell mendefiniskan sebagai kondisi yang mendekati kebenaran atau kesalahan yang terdapat dalam inferensi, proposisi atau kesimpulan.

2). Mehrens dan Lehman, mendefiniskan validitas berkaitan dengan kebenaran, maksudnya apakah pengukuran test digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dan sejauh mana inferenst dapat dibuat dari nilai-nilai hasil pengujian atau pengukuran lainnya.

---

[79]Ririn Anastid kk, *Sukses Menyelesaikan Skripsi Dengan Metode Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Data SPSS* (Jakarta: Salemba Empat,2023) Hlm.55

[80] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) Hlm.173.

3). Worthen et al, mendefiniskan validitas ialah tingkatan dimana pengukuran mencapai tujuan dimana pengukuran tersebut digunakan.[81]

Dasar pengembalian keputusan pada uji ini adalah jika nilai r hitung > nilai r tabel, maka pertn tersebut dinyatakan valid. Jika nilai r hitung < nilai r table, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.[82]

Nilai r tabel diperoleh b= 0,109 berdasarkan taraf signifikan α = 0,05 (5%) dan derajat kebebasan df = N – 2. Dengan jumlah responden N = 322 Maka:

df = 322 – 2 = 320

Maka dari kolom uji r tabel df = 322 two tailed test memiliki nilai 0,109. Artinya, jika r hitung > 0,109 item dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten jika digunakan dalam kondisi yang sama pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa data yang dihasilkan dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan pengukuran yang bersifat acak. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisiennya > 0,60.[83]

[81] Nyoman Dantes, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offse, 2012) hlm.83-84.

[82] Riduan, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm.73.

[83] Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm.178.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian asumsi klasik ini ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*).[84] Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya dan handal dimana estimator tersebut dinyatakan tidak bias, konsisten, berdistribusi normal dan juga efisien. Untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria BLUE maka perlu dilakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi data normal atau mendekati normal.[85]

Pada pengujian *Kolmogrov Smirnov* . Data dikatakan memenuhi uji normalitas dan memenuhi kriteria dari BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) apabila data dinyatakan berdistribusi dengan normal. Untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak melalui uji *Kolmogrov-Smirnov* yaitu berdasarkan asumsi berikut:

---

[84] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) hlm.103.

[85] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) hlm.161.

a) Data dikatakan berdisitribusi normal apabila pada hasil uji *Kolmogrov Smirnov* terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi > 0,05.

b) Data dikatakan tidak berdisitribusi normal apabila pada hasil uji *Kolmogrov Smirnov* terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi < 0,05.[86]

b). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independen, karena hal tersebut dapat menyebabkan ketidakstabilan koefisien regresi dan memperbesar *standar error* sehingga hasil estimasi menjadi tidak akurat. Menurut Imam Ghozali, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.[87]

Secara matematis, nilai VIF dirumuskan sebagai:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance}$$

[86] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) hlm.160.

[87] Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) hlm.107-108.

Sedangkan tolerance dihitung dari:

$$Tolerance = 1 - R^2$$

Di mana R^2 merupakan koefisien determinasi dari regresi salah satu variabel independen terhadap variabel independen lainnya. Selain itu, Damodar N. Gujarati dan Dawn C. Porter menjelaskan bahwa multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak signifikan meskipun secara teoritis berpengaruh, karena varians koefisien meningkat akibat adanya hubungan linear antar variabel bebas.[88] Kriteria pengambilan keputusan menurut Imam Ghozali:

Tolerance > 0,10 → Tidak terjadi multikolinearitas

Tolerance < 0,10 → Terjadi multikolinearitas

VIF < 10 → Tidak terjadi multikolinearitas

VIF > 10 → Terjadi multikolinearitas

Beberapa peneliti menggunakan batas yang lebih ketat yaitu VIF > 5 sudah menunjukkan adanya indikasi multikolinearitas, namun batas 10 masih menjadi standar yang paling umum digunakan dalam penelitian sosial.

4. Uji Hipotesis

a). Uji Koefisien Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara variabel faktor ekonomi, pengetahuan dan mmotivasi (X) dengan keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah (Y). Sugiyono menjelaskan bahwa uji

[88] Damodar N. Gujarati dan Dawn C. Porter, *Basic Econometrics*, 5th Edition, New York: McGraw-Hill, 2009, hlm. 327–329.

korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Ia juga memberikan pedoman interpretasi koefisien korelasi (r) sebagai berikut: .[89]

Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi koeffisien nilai korelasi

Interpretasi nilai korelasi	Keterangan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

b). Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus / linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus:[90]

$$Y=a+b^1.X^1+b^2.X^2+b^3.X^3+e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan melaksanakan umrah)

[89] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) hlm.250.

[90] Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang, University Press) hlm.13.

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Ekonomi

X_2 = Pengetahuan

X_3 = Motivasi

e = Error (kesalahan)

Penggunaan regresi linier berganda juga bertujuan untuk menentukan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan masyarakat melaksanakan ibadah umrah.[91] Faktor dominan ditentukan berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi (*Standardized Coefficients Beta*) terbesar dengan tingkat signifikansi yang memenuhi kriteria statistik. Dengan demikian, metode ini tidak hanya menjelaskan pengaruh faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi secara umum, tetapi juga mengidentifikasi faktor mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap rendahnya keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur besarnya kontribusi atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R^2 juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana model regresi

[91] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 275.

yang dibentuk mampu menjelaskan hubungan antara kedua variabel. Nilai ini diperoleh dengan mengalikan R^2 dengan 100%, sehingga menghasilkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.[92]

Selain nilai R^2, terdapat beberapa indikator penting lainnya dalam hasil regresi, yaitu *Standard Error of the Estimate* (SEE) dan *Durbin-Watson* (DW). Nilai R Square atau koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel semakin kuat. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 (mendekati 0), maka hubungan antarvariabel semakin lemah. Besarnya pengaruh faktor lain di luar model (*error*) dapat dihitung dengan rumus $e=1-R^2$.[93]

c) Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Ghozali menyatakan bahwa uji F bertujuan untuk menguji apakah seluruh variabel bebas dalam model secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat. Dengan demikian, uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

a) Jika F hitung > F tabel sig. < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima

[92] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021) hlm. 260.

[93] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020) hlm. 97 - 99.

artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) Jika F hitung > F tabel sig. > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak artinya variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

d). Uji T (Uji Parsial)

Uji T satu sampel merupakan prosedur untuk membandingkan rata-rata sampel pada satu variabel yang dibandingkan dengan standar yang kita acu. Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh variabel indipenden terhadap dependen, uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table. Kriteria pengujiannya, yaitu:

a) Jika t hitung > t tabel atau sig. < 0,05 , maka H_0 ditolak H_1 diterima " variabel bebas secara parsial berpengaruh segnifikan terhadap variabel terika

b) Jika t hitung < t tabel atau sig. >0,05, maka H_0 diterima, H_1 ditolak artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh segnifikan terhadap variabel terikat.[94]

Nilai t tabel diperoleh berdasarkan df = 322 – 2 = 320 Maka dari kolom uji t tabel df = 326 *two tailed test* memiliki nilai 1,967. Artinya, jika t hitung > 1,967, artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat, begitu sebaliknya.

[94] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) hlm.97.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Nagari Pandai Sikek

Jorong Koto Tinggi merupakan salah satu dari beberapa jorong yang berada di dalam wilayah administrasi Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Daerah ini dikenal sebagai salah satu pusat kebudayaan dan keagamaan yang cukup kuat di wilayah Luhak Nan Tuo. Secara geografis, Jorong Koto Tinggi berada di dataran tinggi dengan kontur wilayah yang berbukit dan berhawa sejuk, menjadikannya cocok untuk kegiatan pertanian, peternakan, dan kerajinan tangan.

Mayoritas penduduk Jorong Koto Tinggi bekerja sebagai petani, pengrajin songket, dan pedagang kecil. Selain itu, kehidupan masyarakatnya sangat religius dan masih menjunjung tinggi adat dan nilai-nilai Islam, sebagaimana khasnya masyarakat Minangkabau. Jumlah penduduk Jorong Koto Tinggi pada tahun 2024 tercatat sebanyak 1.662 jiwa, yang terdiri dari 845 laki-laki dan 817 perempuan. Letak geografis yang strategis berada di jalur utama antara Padang Panjang dan Bukittinggi juga mempengaruhi dinamika sosial ekonomi masyarakatnya.[95]

Meskipun demikian, masih terdapat kendala-kendala struktural dan individual yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan ibadah, termasuk umrah. Kondisi ekonomi rumah tangga, kurangnya pengetahuan tentang umrah resmi,

[95] Wali Nagari Pandai Sikek, *Profil Nagari Pandai Sikek Tahun 2024 (Pandai Sikek: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek)*, 2024 hlm.3 .

serta faktor motivasi spiritual menjadi realitas sosial yang dapat diamati secara nyata di lokasi penelitian ini..

2. Karakteristik Masyarakat Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek

Pandai Sikek terbagi dalam 4 (empat) jorong yaitu, Baruah, Tanjuang, Pagu-pagu, dan Koto Tinggi, dengan jumlah penduduk secara keseluruhan 5.604 jiwa. Karakteristik ekonomi masyarakat Pandai Sikek secara umum adalah sebagai petani (75%) dan industry kerajinan (15%) yaitu kerajinan Songket dan seni ukir. Namun, industry kerajinan songket masih bertahan dan berkembang sampai sekarang dibandingkan dengan seni ukirnya yang hanya sebagian kecil masyarakat yang masih berprofesi sebagai pengukir. Selain sector pertaniannya, Sektor kerajinan songket juga berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah *Nagari* Pandai Sikek dengan jumlah UMKM dibidang kerajinan songket sebanyak 300 lebih yang tersebar di *Nagari* ini. Industri kerajinan songket ini sudah menjadi ikon *Nagari* Pandai Sikek sebagai salah satu destinasi wisata budaya di Sumatera Barat. Bukan hanya mengandalkan satu kerajinan saja, kerajinan ukir juga menjadi daya tarik wisatawan berkunjung kedaerah ini.[96]

Penelitian ini dilakukan pada bulan juni 2025 sampai selesai dengan mengambil sampel masyarakat yang belum melaksanakan ibadah umrah serta informan yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap (jumlah

[96] Heru Pranata, "Analisis Potensi Pengembangan Nagari Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar Sebagai Desa Wisata Kerajinan Songket," *Jurnal Seni Desain Dan Budaya* Volume 7, No1 (N.D.): 39–40.

responden) orang responden yang tersebar di beberapa jorong dalam Nagari Pandai Sikek.

3. Jumlah Masyarakat Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek

Tercatat jumlah masyarakat jorong koto tinggi, pandai sikek pada tahun 2024 adalah 1.662 jiwa.

Tabel 4.1 Jumlah masyarakat jorong koto tinggi pandai sikek, tahun 2024

No	Jenis kelamin	Jumlah
1.	Laki-laki	845
2.	Perempuan	817
	Total	1.662

Sumber: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek[97]

Pada tabel 4.1 diatas memberikan informasi tentang jumlah masyarakat koto tinggi pandai sikek pada tahun 2024 terdiri dari 845 laki-laki dan 817 perempuan, komposisi ini menunjukkan keseimbangan gender yang cukup merata, dengan selisih hanya 28 jiwa antara laki-laki dan perempuan. Jumlah populasi ini memberikan dasar yang kuat untuk menggambarkan kondisi riil masyarakat secara menyeluruh. Dengan populasi yang tidak terlalu besar, memungkinkan pengumpulan data primer melalui kuesioner secara efektif dan representatif, serta memudahkan peneliti dalam melakukan pendekatan partisipatif guna memahami persepsi masyarakat terhadap ibadah umrah.

[97] Kantor Wali Nagari Pandai Sikek, *Data Kependudukan Jorong Koto Tinggi Tahun 2020 - 2024*.

Dengan Jumlah penduduk yang mencapai 1.662 jiwa mencerminkan potensi keberagaman dalam hal ekonomi, pengetahuan,motivasi yang kesemuanya berpengaruh terhadap minat melaksanakan ibadah umrah. Jumlah penduduk ini juga menjadi indikator awal dalam mengidentifikasi kemungkinan dominannya faktor ekonomi, pengetahun dan motivasi. Dengan demikian, analisis terhadap populasi ini tidak hanya penting dalam menetapkan jumlah sampel yang akurat, tetapi juga membantu menjustifikasi relevansi dan urgensi penelitian dalam konteks sosial masyarakat Jorong Koto Tinggi secara spesifik.

B. Deskripsi Responden Masyarakat Jorong Koto Tinggi

1. Jenis Kelamin

Tabel. 4.2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	31	9.6	9.6	9.6
	Perempuan	291	90.4	90.4	100.0
	Total	322	100.0	100.0	

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Dari tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai responden yang terlibat dalam penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa dari total 322 responden, terdapat 31 responden laki-laki (9,6%) dan 291 responden perempuan (90,4%).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, sedangkan jumlah responden laki-laki relatif lebih sedikit. Komposisi ini mencerminkan kondisi responden yang berhasil dijangkau dalam proses pengumpulan data penelitian. Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki tingkat partisipasi yang lebih tinggi dalam pengisian kuesioner dibandingkan laki-laki. Hal ini tidak memengaruhi keabsahan data, karena tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi terhadap keputusan masyarakat secara umum, bukan membandingkan minat berdasarkan jenis kelamin.

Perempuan lebih dominan penulis berpendapat bahwa dominannya responden perempuan dalam penelitian ini disebabkan bahwa perempuan lebih mudah dijangkau dalam proses pengumpulan data, berdasarkan pengalaman peneliti di lapangan, perempuan lebih banyak berada di rumah atau lingkungan tempat penelitian pada saat pengumpulan data, sehingga lebih mudah ditemui dan bersedia menjadi responden. Perempuan lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat. Penulis mengamati bahwa responden perempuan cenderung lebih komunikatif dan bersedia menceritakan pandangan serta pengalaman mereka terkait ibadah umrah, sehingga lebih responsif dalam mengisi kuesioner. Keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan keluarga.

2. Usia

Tabel. 4.3 Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	19	5.9	5.9	5.9
	>50	74	23.0	23.0	28.9
	21 - 30	87	27.0	27.0	55.9
	31 - 40	100	31.1	31.1	87.0
	41-50	42	13.0	13.0	100.0
	Total	322	100.0	100.0	

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data, dari total 322 responden, diperoleh distribusi usia sebagai berikut: responden berusia < 20 tahun sebanyak 19 orang (5,9%), usia 21–30 tahun sebanyak 87 orang (27,0%), usia 31–40 tahun sebanyak 100 orang (31,1%), usia 41–50 tahun sebanyak 42 orang (13,0%), dan usia > 50 tahun sebanyak 74 orang (23,0%).

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa kelompok usia 31–40 tahun merupakan kelompok yang paling dominan, sedangkan kelompok usia < 20 tahun merupakan yang paling sedikit. Dominasi usia 31–40 tahun menunjukkan bahwa penelitian ini banyak melibatkan masyarakat usia produktif yang umumnya telah memiliki pekerjaan dan penghasilan, serta mulai memikirkan perencanaan ibadah jangka panjang, termasuk ibadah umrah. Selain itu, kelompok usia > 50 tahun juga memiliki persentase yang cukup besar, yaitu 23,0%, yang menunjukkan bahwa keputusan melaksanakan ibadah umrah tetap tinggi pada usia lanjut.

Menurut penulis, dominasi responden usia 31–40 tahun terjadi karena kelompok usia ini lebih mudah dijangkau dan lebih responsif saat pengumpulan data. Masyarakat pada usia ini cenderung kooperatif dalam mengisi kuesioner dan mampu memahami pernyataan penelitian dengan baik. Di sisi lain, mereka juga mulai memiliki kesadaran spiritual yang lebih kuat, namun masih menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan ekonomi, kurangnya pengetahuan, dan motivasi, yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Sementara itu, responden usia > 50 tahun umumnya memiliki keinginan yang kuat untuk melaksanakan ibadah umrah, tetapi sering terkendala oleh faktor kesehatan, kondisi ekonomi, serta kurangnya informasi teknis tentang umrah. Adapun rendahnya jumlah responden usia < 20 tahun disebabkan oleh keterbatasan kemandirian ekonomi dan rendahnya prioritas terhadap ibadah umrah karena masih bergantung pada orang tua. Dengan demikian, variasi usia responden menunjukkan bahwa faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi melaksanakan umrah dialami oleh berbagai kelompok usia dengan karakteristik hambatan yang berbeda.

Kesimpulan Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh masyarakat berusia 31–40 tahun. Distribusi usia tersebut mencerminkan kondisi masyarakat yang menjadi objek penelitian dan tidak memengaruhi tujuan utama penelitian, melainkan memperkaya pemahaman terhadap factor ekonomi, pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan melaksanakan ibadah umrah.

3. Pekerjaan

Tabel 4.4 Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	37	11.5	11.5	11.5
	Lainnya	104	32.3	32.3	43.8
	Pedagang	43	13.4	13.4	57.1
	Pegawai	6	1.9	1.9	59.0
	Petani	132	41.0	41.0	100.0
	Total	322	100.0	100.0	

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Dari tabel 4.4 Berdasarkan hasil pengolahan data, dari 322 responden, diperoleh distribusi pekerjaan sebagai berikut: responden dengan pekerjaan sebagai petani sebanyak 132 orang (41,0%), responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 104 orang (32,3%), pedagang sebanyak 43 orang (13,4%), ibu rumah tangga (IRT) sebanyak 37 orang (11,5%), dan pegawai sebanyak 6 orang (1,9%).

Dominasi responden dengan pekerjaan sebagai petani menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi objek penelitian sebagian besar memiliki mata pencaharian di sektor pertanian. Kondisi ini mencerminkan karakteristik wilayah penelitian yang masih didominasi oleh aktivitas pertanian sebagai sumber penghasilan utama masyarakat.

Persentase responden dengan kategori pekerjaan “lainnya” yang cukup besar menunjukkan adanya variasi pekerjaan informal di masyarakat, seperti buruh harian, pengrajin, pekerja lepas, dan usaha kecil rumahan, yang umumnya memiliki tingkat pendapatan tidak tetap.

Berdasarkan pengamatan langsung penulis selama proses pengumpulan data dan interaksi dengan masyarakat, penulis berpendapat bahwa distribusi pekerjaan responden dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

1. Kondisi geografis dan sosial masyarakat

Penulis mengamati bahwa wilayah penelitian memiliki lahan pertanian yang cukup luas, sehingga sebagian besar masyarakat menggantungkan penghasilan dari sektor pertanian. Hal inilah yang menyebabkan responden dengan pekerjaan sebagai petani menjadi kelompok paling dominan.

2. Pendapatan petani yang tidak tetap

Menurut penulis, pekerjaan sebagai petani umumnya bergantung pada musim panen dan kondisi alam, sehingga penghasilan yang diperoleh tidak menentu. Kondisi ini berpotensi menjadi salah satu faktor penghambat minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, terutama dari sisi ekonomi.

3. Sedikitnya responden dengan pekerjaan sebagai pegawai

Penulis berpendapat bahwa rendahnya jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai disebabkan oleh terbatasnya lapangan pekerjaan formal di wilayah penelitian. Selain itu, masyarakat dengan pekerjaan sebagai pegawai cenderung lebih sedikit jumlahnya dibandingkan masyarakat yang bekerja di sektor informal dan pertanian.

4. Peran IRT dalam pengambilan keputusan ibadah

Meskipun ibu rumah tangga (IRT) tidak memiliki penghasilan tetap, penulis menilai bahwa kelompok ini tetap relevan dijadikan responden karena memiliki peran

penting dalam pengambilan keputusan keluarga, termasuk dalam perencanaan ibadah umrah.

Menurut penulis, latar belakang pekerjaan responden memiliki hubungan erat dengan factor ekonomi, pengetahuan dan motivasi melaksanakan ibadah umrah. Pekerjaan dengan pendapatan tidak tetap, seperti petani dan pekerja informal, cenderung lebih merasakan hambatan ekonomi, keterbatasan perencanaan keuangan, serta kurangnya akses informasi terkait pelaksanaan umrah.

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa faktor ekonomi merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh masyarakat yang bekerja sebagai petani. Distribusi pekerjaan tersebut mencerminkan kondisi sosial ekonomi masyarakat di wilayah penelitian dan mendukung relevansi variabel faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

4. Sudah Pernah Umrah/Tidak

Tabel 4.5 Yang sudah atau belum pergi umrah

Apakah anda pernah melaksanakan umrah?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	322	100.0	100.0	100.0

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Dari tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa seluruh responden (100%) belum pernah melaksanakan umrah. Responden penelitian memang dilakukan pada masyarakat yang sebagian besar masih berada pada tahap memiliki minat dan keinginan untuk melaksanakan ibadah umrah, namun belum memiliki kesempatan untuk mewujudkannya. Hal ini sejalan dengan fokus penelitian yang menelaah pengaruh faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, sehingga pemilihan responden yang belum pernah berangkat merupakan bentuk kesesuaian antara objek penelitian dengan tujuan penelitian.

5. Keinginan Pergi Umrah

Tabel 4.6 Keinginan Untuk Pergi Umrah

Apakah Anda Berkeinginan Untuk Umrah Dimasa Depan?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	309	96.0	96.0	96.0
	Tidak	13	4.0	4.0	100.0
	Total	322	100.0	100.0	

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 309 orang (96,0%) menyatakan memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah umrah di masa depan, sedangkan 13 orang (4,0%) menyatakan tidak memiliki keinginan tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, memiliki minat yang sangat tinggi terhadap pelaksanaan ibadah umrah di masa mendatang. Tingginya persentase responden yang menjawab “iya” mengindikasikan

adanya motivasi spiritual dan kesadaran religius yang kuat dalam diri masyarakat untuk melaksanakan ibadah ke Tanah Suci.

Kedua, meskipun terdapat berbagai faktor ekonomi, pengetahuan tentang umrah, atau motivasi, hasil ini menunjukkan bahwa hambatan tersebut tidak sepenuhnya menghilangkan niat dan keinginan masyarakat untuk beribadah umrah, melainkan hanya memengaruhi kemampuan untuk merealisasikannya.

Dengan demikian, hasil ini mempertegas bahwa keputusan masyarakat terhadap ibadah umrah di wilayah penelitian tergolong sangat tinggi, yang menandakan adanya potensi besar untuk peningkatan pelaksanaan ibadah umrah di masa mendatang, apabila faktor tersebut dapat diminimalisir melalui dukungan sosial, ekonomi, dan edukatif yang memadai.

D. Uji Instumen Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil dari pengujian validitas dari kusioner yang telah disebarkan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Uji Validitas

Variabel	Indikator	No	Pearson Correlation (r hitung)	Sig.(2-Tailed)	Kesimpulan
Faktor ekonomi, pengetahuan,	Ekonomi	1	0.714	0.000	Valid
		2	0.711	0.000	Valid
		3	0.348	0.000	Valid

dan motivasi (X)	Pengetahuan	4	0.804	0.000	Valid
		5	0.782	0.000	Valid
		6	0.755	0.000	Valid
	Motivasi	7	0.656	0.000	Valid
		8	0.672	0.000	Valid
		9	0.699	0.000	Valid
Keputusan Masyarakat (Y)	Pencarian Informasi	10	0.877	0.000	Valid
		11	0.905	0.000	Valid
		12	0.820	0.000	Valid
	Niat dan Dorongan	13	0.740	0.000	Valid
		14	0.804	0.000	Valid
		15	0.714	0.000	Valid
	Perencanaan	16	0.911	0.000	Valid
		17	0.921	0.000	Valid
		18	0.919	0.000	Valid
	Tindakan Keputusan	19	0.901	0.000	Valid
		20	0.877	0.000	Valid
		21	0.769	0.000	Valid

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan pada variabel Faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi (X) dan Keputusan Masyarakat untuk Melaksanakan Ibadah

Umrah (Y), diperoleh nilai *Pearson Correlation* untuk setiap item dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,05$), yang berarti bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan jumlah responden sebanyak 322 responden. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas ini adalah apabila nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Maka dari hasil Uji Validitas Variabel Faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi (X) Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel serta nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05).

Nilai koefisien korelasi pada variabel faktor Faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi berada pada rentang 0,348 hingga 0,804 yang menunjukkan bahwa setiap item memiliki hubungan yang cukup hingga sangat kuat dengan skor total variabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel faktor penghambat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat (Y)

Hasil uji validitas pada variabel keputusan masyarakat (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang tinggi, yaitu berada pada rentang 0,714 hingga 0,921, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05).

Tingginya nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel minat masyarakat memiliki keterkaitan yang sangat kuat dengan variabel yang diukur. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variable keputusan masyarakat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel faktor-Faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan masyarakat secara tepat. Validitas yang baik pada instrumen penelitian ini juga menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan telah sesuai dengan konsep teoritis yang mendasari masing-masing variabel, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Menurut pendapat penulis tingginya nilai validitas pada sebagian besar item pernyataan menunjukkan bahwa responden dapat memahami setiap pertanyaan dengan baik dan memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang dialami. Hal ini mengindikasikan bahwa pernyataan dalam kuesioner telah disusun secara jelas dan relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti juga berpendapat bahwa instrumen yang valid akan menghasilkan data yang akurat, sehingga hasil penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan kondisi faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi serta keputusan masyarakat secara objektif.

2. Uji Realibilitas

Hasil dari uji realibilitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas

Variabel X (Faktor ekonommi, pengetahuan, motivasi)

Indikator	Cronbach's Alpha	N of Itimes
Variabel X	0.854	9

Sumber : SPSS, data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel X sebesar 0.854, dengan jumlah item pernyataan sebanyak 9 butir. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian pada variabel faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Maka disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengukuran, serta layak dijadikan dasar dalam analisis selanjutnya.

Penulis berpendapat bahwa tingginya nilai Cronbach's Alpha pada variabel faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi menunjukkan bahwa item-item kuesioner saya konsisten karena disusun berdasarkan observasi langsung dan seluruh item mengukur satu konstruk yang sama, yaitu faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi masyarakat dalam melaksanakan umrah. Selain itu, bahasa pernyataan dibuat sederhana dan sesuai dengan kondisi responden, sehingga jawaban yang diberikan cenderung stabil.

Dengan demikian dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel faktor-faktor penghambat memiliki tingkat keandalan yang sangat baik dan dapat digunakan secara konsisten dalam pengumpulan data serta analisis penelitian.

Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas

Variabel Y (Keputusan)

Indikator	Cronbach's Alpha	N of Itimes
Variabel Y	0.964	12

Sumber SPSS: Data diolah 2025

Dilihat dari tabel 4.9 bahwa Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan program SPSS, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Y (keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah) sebesar 0,964 dengan jumlah item pernyataan sebanyak 12 butir. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen variabel keputusan masyarakat memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Menurut pendapat penulis nilai Cronbach's Alpha yang tinggi menunjukkan konsistensi yang sangat baik. Dalam penelitian ini, item-item memang dirancang untuk mengukur satu konstruk yang sama secara bertahap, sehingga wajar jika korelasi antar item sangat kuat. Saya memastikan bahwa meskipun reliabilitas tinggi, setiap item tetap memiliki makna yang berbeda dan mewakili indikator yang berbeda."

Dengan demikian berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel keputusan Masyarakat (Y) memiliki tingkat

keandalan yang sangat tinggi, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur yang konsisten dalam penelitian ini.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi erdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada data *Unstandardized Residual.*

Tabel 4.10 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		322
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,54641153
Most Extreme Differences	Absolute	,039
	Positive	,039
	Negative	-,033
Test Statistic		,039
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber SPSS: data diolah 2025

Berdasarkan table 4.10 hasil normalitas, diperoleh Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan Uji normalitas dalam penelitian ini

dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* terhadap nilai unstandardized residual dengan jumlah sampel (N) sebanyak 322.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Test Statistic sebesar 0,039 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Karena nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Selain itu, nilai mean residual sebesar 0,0000000 menunjukkan bahwa kesalahan prediksi tersebar secara seimbang di sekitar nol, sehingga asumsi normalitas dalam model telah terpenuhi.

Nilai *Most Extreme Differences* yang relatif kecil (*absolute* sebesar 0,039) juga menunjukkan bahwa penyimpangan antara distribusi data dengan distribusi normal tidak signifikan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu normalitas residual, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

Menurut opini peneliti, terpenuhinya asumsi normalitas ini kemungkinan dipengaruhi oleh jumlah sampel yang cukup besar (322 responden), sehingga data cenderung mengikuti distribusi normal. Selain itu, penyebaran jawaban responden yang relatif merata dan tidak adanya *outlier* yang *ekstrem* juga dapat menyebabkan residual menyebar secara normal. Hal ini menunjukkan bahwa model yang dibangun sudah cukup baik dalam merepresentasikan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ekonomi	,734	1,362
	Pengetahuan	,599	1,670
	Motivasi	,623	1,604

Sumber SPSS: data diolah 2025

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan tabel *Coefficients*, nilai *Tolerance* untuk variabel Ekonomi sebesar 0,734, Pengetahuan sebesar 0,599, dan Motivasi sebesar 0,623. Seluruh nilai *Tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel adalah 1,362; 1,670; dan 1,604, yang seluruhnya lebih kecil dari 10. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, variabel Ekonomi, Pengetahuan, dan Motivasi tidak saling memiliki korelasi yang tinggi atau hubungan linear yang kuat satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen mampu menjelaskan variabel keputusan secara mandiri tanpa menimbulkan distorsi dalam estimasi koefisien regresi.

Menurut peneliti, tidak terjadinya multikolinearitas dalam penelitian ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan konsep dan indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel. Variabel Ekonomi, Pengetahuan, dan Motivasi memiliki dimensi pengukuran yang berbeda sehingga tidak saling tumpang tindih

secara berlebihan. Selain itu, proses penyusunan instrumen yang mengacu pada teori yang jelas dan uji validitas sebelumnya juga membantu meminimalkan adanya korelasi tinggi antar variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk variabel dalam penelitian telah dirancang secara sistematis dan terpisah dengan baik.

F. Uji hipotesis

Uji Hipotesis adalah prosedur statistik untuk mengambil keputusan mengenai nilai parameter populasi berdasarkan data sampel. Tujuannya adalah untuk menilai apakah data yang diperoleh cukup mencerminkan atau menolak hipotesis awal yang diajukan, dilihat melalui nilai probabilitas (*p-value*) dan tingkat signifikansi (α) yang ditentukan sebelumnya.

1. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770[a]	,593	,589	,54898
a. Predictors: (Constant), Motivasi, Ekonomi, Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Keputusan				

Sumber SPSS: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.12 dari hasil pengolahan data pada tabel Model Summary di atas, diperoleh: Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel Model Summary diperoleh :

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,770. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen yang terdiri dari faktor ekonomi,

pengetahuan, dan motivasi dengan variabel dependen yaitu minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

Nilai *R Square* sebesar 0,593 menunjukkan bahwa sebesar 59,3% variasi minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut secara simultan, sedangkan sisanya sebesar 40,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti faktor sosial, budaya, kesehatan, dan kebijakan penyelenggaraan umrah.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,589 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah cukup baik dan stabil dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen, karena nilai tersebut tidak jauh berbeda dengan R Square. Hal ini mengindikasikan bahwa penambahan variabel dalam model tidak menimbulkan bias yang signifikan dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Nilai *Std. Error of the Estimate* sebesar 0,54898 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang relatif kecil, sehingga model regresi dapat dikatakan memiliki tingkat ketepatan yang cukup baik dalam memprediksi keputusan masyarakat terhadap pelaksanaan ibadah umrah.

Menurut peneliti, kuatnya pengaruh faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi terhadap minat masyarakat disebabkan oleh karakteristik masyarakat yang masih sangat mempertimbangkan kesiapan finansial sebagai faktor utama dalam melaksanakan ibadah umrah. Di samping itu, tingkat pengetahuan masyarakat mengenai tata cara, biaya, serta manfaat spiritual ibadah umrah turut memengaruhi minat mereka. Motivasi internal, baik yang berasal dari dorongan religius maupun

lingkungan sosial, juga berperan penting dalam membentuk minat tersebut. Oleh karena itu, kombinasi antara kondisi ekonomi, pengetahuan/pemahaman yang memadai, dan motivasi yang kuat menjadi faktor dominan yang menentukan tinggi rendahnya keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.13 Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	154,467	,000[b]
	Residual		
	Total		

Sumber SPSS: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.13 dari hasil pengolahan data pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 154,467 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan (α = 0,05). Secara statistik, besarnya nilai F hitung menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Nilai *Sum of Squares Regression* yang lebih besar dibandingkan *Sum of Squares Residual* mengindikasikan bahwa variasi minat masyarakat lebih banyak dijelaskan oleh faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi dibandingkan oleh faktor lain di luar model.

Menurut peneliti, signifikan dan kuatnya pengaruh simultan ketiga variabel tersebut disebabkan oleh keterkaitan yang saling mendukung antara kondisi ekonomi, tingkat pengetahuan, dan motivasi masyarakat. Faktor ekonomi menjadi

dasar utama dalam kesiapan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, sementara pengetahuan berperan dalam membentuk pemahaman dan persepsi positif terhadap ibadah tersebut. Di sisi lain, motivasi berfungsi sebagai pendorong internal yang memperkuat niat masyarakat. Ketika ketiga faktor ini hadir secara bersamaan, maka minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah akan meningkat secara signifikan.

Hipotesis Simultan:

H_1 Diterima : Maka faktor ekonomi, pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap minat.

Hasil ini menunjukkan bahwa faktor penghambat (ekonomi, pengetahuan, motivasi) secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada variabel keputusan.

3. Uji T (Parsial)

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	37,728	,000
	Ekonomi	-13,459	,000
	Pengetahuan	-3,070	,002
	Motivasi	-4,601	,000

Sumber SPSS: data diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.14 dari hasil uji t diatas, uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel Coefficients, diketahui bahwa :

variabel ekonomi memiliki nilai t hitung sebesar -13,459 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil sig 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

H_0 ditolak dan H1 diterima : Faktor ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk melaksanakan umrah

Sehingga faktor ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah. Koefisien regresi bernilai negatif (-0,13,459), yang berarti bahwa semakin tinggi hambatan ekonomi yang dirasakan Masyarakat seperti biaya keberangkatan yang tinggi,keterbatasan pendapatan,biaya pokok keluarga yang lebih utama maka minat untuk melaksanakan ibadah umrah akan semakin menurun. Maka pada Masyarakat jorong koto tinggi yang memiliki pendapatan rendah atau tidak stabil cenderung menundan untuk melakukan umrah.

Menurut peneliti terhadap info paket umrah dan Tabungan umrah di syariah belum efektif semua lapisan Masyarakat. Ketidak pastina pendapatan, kebutuhan Pendidikan anak, biaya sehari-hari lebih diprioritaskan dari pada umrah, itu mereka lakukan sampai ekonominya dirasa lebih stabil seperti.

Variabel pengetahuan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat, dengan nilai t hitung sebesar -3,070 dan signifikansi 0,002 (< 0,05). Dengan demikian :

H_0 ditolak dan H1 diterima : Faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Masyarakat untuk umrah.

Sehingga faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah. Koefisien regresi bernilai negatif -3,070), yang berarti bahwa semakin tinggi hambatan pengetahuan tentang umrah

(tentang prosedur, manfaat umrah dll) yang dirasakan masyarakat maka semakin rendah keputusan masyarakat untuk umrah.

Menurut peneliti semakin orang tahu tentang pengetahuan umrah, maka semakin besar niatnya untuk umrah, tetapi ada beberapa Masyarakat ragu akan pengetahuan umrah karena jarang mendenggar pengetahuan atau informasi tentang umrah, maka hal itu yang membuat mereka menunda untuk umrah.

Variabel motivasi memiliki nilai t hitung sebesar -4,601 dengan signifikansi 0,000, sehingga:

H_0 ditolak dan H_1 diterima : Maka faktor ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk melaksanakan umrah.

Koefisien regresi negatif (- 4,601) menunjukkan bahwa tingginya motivasi intrinsik maupun ekstinsik seperti hambatan motivasi seperti kurangnya dorongan religi, rasa takut atau rasa tidak siap secara psikologi, maka akan berdampak pada menurunnya minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah .

Pengaruh signifikan ketiga variabel tersebut secara parsial terjadi karena masing-masing faktor memiliki peran penting dalam membentuk minat masyarakat. Faktor ekonomi menjadi pertimbangan utama karena ibadah umrah membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Pengetahuan yang terbatas menyebabkan masyarakat ragu dan kurang yakin untuk melaksanakan ibadah umrah, sedangkan motivasi berperan sebagai pendorong niat dari dalam diri untuk merealisasikan keinginan umrah. Nilai koefisien negatif pada ketiga variabel menunjukkan bahwa semakin tinggi hambatan yang dirasakan pada aspek ekonomi, pengetahuan, dan motivasi, maka keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah akan semakin rendah.

Hipotesis Parsial

H_1 diterima : Maka faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah.

G. Faktor Yang Paling Dominan Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah

Tabel 4.15 Faktor Yang Dominan

Model		Standardized Coefficients
		Beta
1	(Constant)	
	Ekonomi	-,562
	Pengetahuan	-,142
	Motivasi	-,208

Sumber SPSS: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.15 faktor ekonomi merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah. Hal ini terlihat dari nilai *Standardized Coefficients* (Beta) terbesar secara absolut, yaitu -0,562, Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor ekonomi memiliki pengaruh yang paling kuat dan signifikan dibandingkan faktor pengetahuan dan motivasi.

Dominannya faktor ekonomi berkaitan dengan kondisi masyarakat di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek, yang sebagian besar bekerja di sektor informal dan usaha kecil. Pendapatan yang tidak menentu serta tingginya kebutuhan hidup sehari-hari membuat masyarakat harus memprioritaskan kebutuhan pokok, sehingga pelaksanaan ibadah umrah sering kali ditunda. Koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan

bahwa semakin besar hambatan ekonomi yang dirasakan, maka keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah akan semakin menurun.

Menurut opini peneliti, faktor ekonomi menjadi yang paling dominan karena ibadah umrah membutuhkan kesiapan finansial yang cukup besar. Meskipun masyarakat memiliki pengetahuan dan motivasi yang baik, keterbatasan ekonomi tetap menjadi penghambat utama. Oleh karena itu, kondisi sosial ekonomi masyarakat sangat menentukan tinggi rendahnya keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah.

Berdasarkan nilai Beta terstandarisasi:

H1 : Diterima, yang menyatakan bahwa Faktor Ekonomi merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan, sementara variabel Pengetahuan tentang Umrah dan Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan namun relatif lebih kecil.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang "Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi, Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Masyarakat untuk Melaksanakan Ibadah Umrah di Jorong Koto Tinggi, Pandai Sikek" dapat disimpulkan bahwa:

Pertama, hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor ekonomi, pengetahuan, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah. Hal ini dibuktikan dengan nilai R Square sebesar 0,593, yang berarti bahwa 59,3% variasi keputusan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Kedua, berdasarkan hasil uji t (parsial), diketahui bahwa fator ekonomi, pengetahuan, dan motivasi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat. Namun demikian, faktor ekonomi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Standardized Coefficients* (Beta) terbesar secara absolut dibandingkan variabel lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan kemampuan finansial menjadi faktor utama, meskipun masyarakat memiliki keinginan dan motivasi spiritual yang tinggi.

Ketiga, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar masyarakat belum pernah melaksanakan ibadah umrah, mayoritas responden memiliki keinginan yang kuat untuk melaksanakannya di masa depan. Tapi pengaruhi adanya hambatan ekonomi, keterbatasan pengetahuan, dan motivasi yang belum sepenuhnya terwujud dalam tindakan nyata.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan akademis, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat mulai melakukan perencanaan keuangan jangka panjang untuk pelaksanaan ibadah umrah, seperti menabung secara rutin dan memanfaatkan program tabungan umrah yang tersedia. Selain itu, masyarakat juga disarankan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai prosedur, biaya, dan tata cara ibadah umrah agar memiliki kesiapan yang lebih baik.

2. Bagi Biro Perjalanan Umrah

Biro perjalanan umrah diharapkan dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, khususnya terkait transparansi biaya, kemudahan pembayaran, serta penyediaan program cicilan atau tabungan umrah yang terjangkau. Dengan demikian, hambatan ekonomi dan keterbatasan informasi masyarakat dapat diminimalkan.

3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Pemerintah nagari dan lembaga keagamaan setempat diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan pendampingan, penyuluhan, dan motivasi spiritual kepada masyarakat terkait pelaksanaan ibadah umrah. Program pembinaan keagamaan dan edukasi ibadah diharapkan mampu meningkatkan kesiapan dan minat masyarakat secara berkelanjutan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar penelitian ini, seperti faktor sosial, budaya, kesehatan, dan kebijakan penyelenggaraan umrah, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode kualitatif atau pendekatan campuran (*mixed methods*) untuk menggali secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Abu Bakar Jabir Al-Jazairi. *Fiqh Sunnah Untuk Wanita Dan Laki-Laki, Terj. Abu Ihsan Al-Atsari*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2013.

Amelindha Vania, Rahmat Aji Nuryakin dkk, Perilaku Konsumen (Sumatera Barat: CV.Gita Lentera, 2023)

Ahmad Sarwat. *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji & Umrah*. Edited by Fatih. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2021.

Al-Bukhari, Muhammad Bin Ismail. *Sahih Al-Bukhari*. Beirut: Dar Ibn Katsir, 2002.

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 196 (2) Dan Terjemehannya, n.d.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Asri, Rika Widianita, Buku Monografi Determinan Perilaku Anti Food Waste (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2024)

At-Tirmidzi, Muhammad Bin Isa. *Sunan At-Tirmidzi*. Riyadh: Darus Salam, 1999.

Baihaqi Siddik Lubis Ryan Taufika, Pengantar Ilmu Sosial (Medan: Umsu Press, 2022)

Bayu Kurniawan, Buku Ajar Perilaku Konsumen Perspektif Pemasaran Digital, (jawa barat: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024)

Damodar N. Gujarati dan Dawn C. Porter, Basic Econometrics, 5th Edition, New York: McGraw-Hill, 2009,

Dantes, Nyoman. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offse, 2012.

Dian Kusuma wardani, *Pengujian Hipotesis Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif,* (Jawa Timur: LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah,2020).

Djam‟an Satori dan Aan Komaroiah, Metodologi Penelitian Kualitatif

Dyah Nirmala Arum Janie, Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS (Semarang, University Press)

Fachrudin Fiqri Affandy, Perilaku Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara 'Ubudiyah Dan Gaya Hidup , Jurnal kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah Volume 1 Nomor 2, Desember 2020

Fatah Syukur, Mahfud Junaedi, Paradigma Baru Filsafat Pendidikan Islam (Jakarta: PT

Kharisma Putra Utama, 2017)

Feni Driwiyanti, Minat Masyarakat Kampung Baru Sentajo Terhadap Produk Pembiayaan Umroh Berbasis Tabungan Dibank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan

Friska artaria Sitanggang, prayetno Agustinus Sitanggang, Buku Ajar Perilaku Konsumen (Jawa Tengah: PT.Nasya Expanding Management, 2021)

H. Dadang Supardan. *Pengantar Ilmu Sosial Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2024.

H. Darwin Zainuddin. *Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah–Madinah*. Edited By Muhammad Zaki Mubarok. Medan: Perdana Publishing, 2021.

H.Johari Dan H.Johar Arifin. *Tuntunan Manasik Haji & Umrah Menuju Kesempurnaan Ibadah Sesuai Sunnah Rasulullah SAW*. Edited by Maulana Aenul Yaqin. Yogyakarta: CV.Istana Agency, 2019.

Harjan Syuhada Sungarso. *Fikih Madrasah Aliyah Kelas X*. Edited by Cepi Kamaludin. Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2021.

Hamzah B.Uno, Teori Motivasi Dan Pengukurannya Analisis Di Bidang Pendidikan (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)

Heru Pranata. "*Analisis Potensi Pengembangan Nagari Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar Sebagai Desa Wisata Kerajinan Songket*." *Jurnal Seni Desain Dan Budaya* Volume 7, no. No1 (n.d.).

I Ketut Swarjana. *Konsep Pengetahuan Sikap Perilaku Persepsi Stres Kecemasan Dukungan Sosial Kepatuhan Motivasi Kepuasan Pandemi Covid-19 Akses Layanan Kesehatan Lengkap Dengan Teori, Cara Mengukur Variabrl Dan Contoh Kuesioner*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022.

Imam Ghazali, *Agar Keinginan Cepat Terkabul* (Surabaya:CV.Pustaka Media,2019)

Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

———. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020.

James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, Perilaku Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara, 2016 (cetak ulang)

Kantor Wali Nagari Pandai Sikek. *Data Kependudukan Jorong Koto Tinggi Tahun*

2020 - 2024. Pandai Sikek: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek, 2025.

Kementerian Agama RI. "Tuntunan Manasik Haji Dan Umrah,Dirjen Penyelenggaraan Haji Dan Umrah," 2020.

Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012)

Khairani, Makmun. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.

Kuriningsih, Rahma Detik, and Hardiansyah Padli , Iiz Izmuddin. "Strategi Pengendalian Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics* 2, no. 2 (2023).

Laila Denianti, Kurnia Muhajarah Pemenuhan Kebutuhan Psikologis Dasar Dalam Motivasi Jamaah Umrah Mandiri, Jurnal Ilmu Agama Volume 8 Nomor 1 (2025)

Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, Perilaku Konsumen, (Jakarta: Indeks, 2008)

Lis Yulianti Syafrida Siregar, Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku, Jurnal Forum Paedagogik: Vol. 11, No. 2 (2020)

Luh sri surya wisma Jayanti, komang satya wibawa, *Menumbuhkan Minat Baca Melalui Pop Up Book* (Jawa Timur : Uwais inspirasi Indonesia, 2024).

M. Aliyul Wafa,Didin Sirojudin, Siti Latifatul Maulidiah. *Buku Ajar Fiqih*. Jl. Garuda No.9 Tambakberas Jombang - Jawa Timur: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2023.

M. Rezeki Muamar Fatimah, Analisis Kebutuhan Dan Karakteristik Peserta Didik

M.Taufiq Rahman. *Filsafat Ilmu Pengetahuan*. Bandung: Prodi S2 Studi Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020.

Mahasiswa UNUSIA Jakarta (Universitas Nahdatul Ulama Indonesia) Kampus B Semester Satu Kelas FAI B. *Kumpulan Tulisan "Kompilasi Fiqih Ibadah Milenial."* Jawa Barat: Guepedia, 2019.

Muhammad Bin Isa At-Tirmidzi, Sunan At-Tirmidzi (Riyadh: Darus Salam, 1999).

Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari, Sahih Al-Bukhari (Beirut: Dar Ibn Katsir, 2002).

Muhammad Syukron Maksum. *Buku Pintar Panduan Lengkap Ibadah Muslimah*. Tim Mutiar. Yogyakarta: Mutiara Media, 2012.

M. Quraish Shihab, Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat, (Jakarta: Lentera Hati, 2000)

Nadia Syahida, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Masyarakat Kecamatan Metro Pusat Kota Metro

N. Jonni, Nurhayati, P. Sutjahjo, dan Rosadi. "*Kajian Potensi Daya Tarik Agrowisata Berbasis Lanskap Budaya Di Nagari Pandai Sikek, Tanah Datar* No. 4 (2023)" *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota 19* no 4 (2023).

Nyoman Dantes, Metode Penelitian (Yogyakarta: CV Andi Offse, 2012)

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2016),

Rahma Detik Kuriningsih And Hardiansyah Padli , Iiz Izmuddin, "Strategi Pengendalian Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," Risalah Iqtisadiyah: Journal Of Sharia Economics 2, No. 2 (2023): 48.

Ratih Puspitawati, Buku Pintar & Praktis Haji Dan Umrah Lengkap Sesuai Sunnah, ed. Alifia (Kabupaten Bogor: Sulthon, 2023)

Riduan. *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Ririn Anastid kk, *Sukses Menyelesaikan Skripsi Dengan Metode Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Data SPSS* (Jakarta: Salemba Empat,2023)

Rosadi N. Jonni, Nurhayati, P. Sutjahjo, ""Kajian Potensi Daya Tarik Agrowisata Berbasis Lanskap Budaya Di Nagari Pandai Sikek, Tanah Datar No. 4 (2023): 464–476.," Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota 19 no 4 (2023): 464–76.

Rosidin. *Modul Fikih Ibadah*. Edited by Rofiq Ma'mun. Malang: Edulitera, 2021.

Sabda aji Kurniawan, Piter Tiong dkk, Perilaku konsumen (Jawa Barat: CV.Mega Press Nusantara,2025)

Sabda aji Kurniawan, Piter Tiong dkk, Perilaku konsumen (Jawa Barat: CV.Mega Press Nusantara,2025)

Sena Wahyu Purwanza, Ainul Aditya Wardhana Dkk, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2022)

Siti Latifatul Maulidiah M. Aliyul Wafa,Didin Sirojudin, Buku Ajar Fiqih (Jl. Garuda No.9 Tambakberas Jombang - Jawa Timur: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2023) hlm.32.

Sri Azyanti. *Motivasi Kepala Sekolah*. Kalimantan Barat: Yudha English Gallery, 2018.

Sri Syatriani, Hasnawati. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Makassar, Sulawesi Selatan:

Rizmedia Pustaka Indonesia, 2023.

Sudaryono, Metode Penelitian Pendidikan, (Jakarta: Prenadia Grup, 2016)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitati,Kualitatif,Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R\&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Susilo Rahardjo, Kons Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes* (Jakarta: Prenada Media, 2022).

———. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.

Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Edited by AM.Waskito. jakarta timur: pustaka al-kautsar, 2013.

———. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Edited by AM.Waskito. Jakarta Timur: pustaka al-kautsar, 2020.

Tata Sukayat. *Manajemen Haji,Umrah Dan Wisata Agama*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016.

Tata Sukayat, M.Ag. *Manajem Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*. Edited by Nunik Siti Nurbaya. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016.

Tiara, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Loyalitas Terhadap Permintaan Jasa Umroh Di Istana Tour Dan Travel Kota Pekanbaru, 2026

Trygu. *Teori Motivasi Abraham H. Maslow Dan Hubungannya Dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Bogor, Jawa Barat: Guepedia Group, 2021.

Uma Sekaran & Roger Bougie, Research Methods for Business: A Skill-Building

Approach (United Kingdom: Wiley, 2016),

Wali Nagari Pandai Sikek. *Profil Nagari Pandai Sikek Tahun 2024 (Pandai Sikek: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek)*, 2024.

Warga Koto Tinggi. *Wawancara*. Wawancara Pribadi, n.d.

Widodo Hari Lusinto,dkk, Manajemen, Ekonomi dan Perbankan Syariah: Teori dan Aplikasi (Yogyakarta: Kaarya bakti Makmur (KBM) Indonesia,2025).

Yandri. "Tenun Songket Pandai Sikek: Eksistensi Dan Nilai Budaya." *Jurnal Humanus* 20, no. 2 (2021).

Yusuf Ronny Edward, *Dampak Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja* (Surabaya: CV.Jakad Media Publishing,2022).

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Penelitian (Kusioner)

Judul : Analisis fakto-faktor penghambat minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah (studi jorong koto tinggi pandai sikek)

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Apakah anda pernah melaksanakan umrah ?

Apakah anda berkeinginan untuk umrah dimasa depan ?

Mohon dengan hormat,

Instrumen dijawab dengan lengkap, tidak ada jawaban yang salah dan benar, jawaban yang anda berikan sangat berarti bagi kami. Atas ketersediaan dan pengorbanan waktu, kami ucapkan banyak terimakasih.

Keterangan : SS : Sangat Setuju S: Setuju R: Ragu – Ragu TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

I. Variabel X : Faktor Ekonomi, Pengetahuan, dan Motivasi

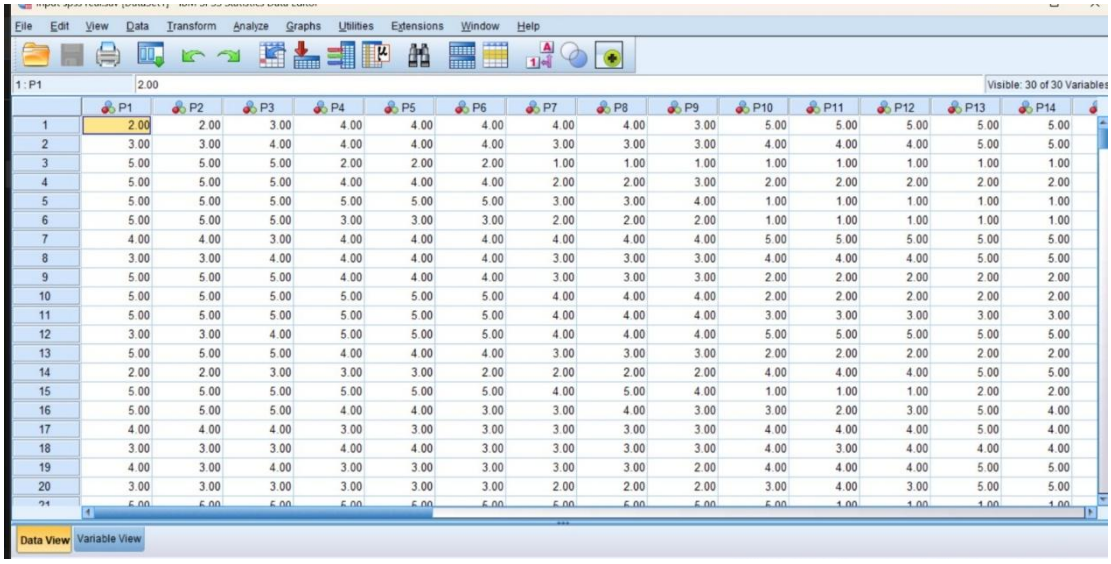
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Biaya pelaksanaan ibadah umrah terlalu tinggi bagi saya					
2	Penghasilan saya belum mencukupi untuk melaksanakan ibadah umrah					
3	Saya memiliki prioritas keuangan lain yang lebih prioritas					
4	Saya belum memahami tata cara pelaksanaan ibadah umrah dengan baik					
5	Saya belum mengetahui syarat dan rukun umrah secara lengkap					
6	Saya kurang mendapat informasi tentang prosedur administrasi dan perjalanan umrah					

7	Saya belum merasa memiliki dorongan kuat untuk melaksanakan ibadah umrah					
8	Saya merasa ibadah umrah belum menjadi prioritas utama dalam hidup saya					
9	Lingkungan sekitar kurang mendorong saya untuk melaksanakan ibadah umrah					

II. Variabel Y : Keputusan

10	Saya aktif mencari informasi tentang prosedur, syarat, dan biaya keberangkatan umrah					
11	Saya sering bertanya pada orang yang sudah berangkat umrah untuk mendapatkan informasi					
12	Saya rutin membaca atau menonton informasi seputar umrah melalui media (buku,internet,video)					
13	Saya memiliki niat yang kuat untuk menunaikan ibadah umrah					
14	Saya merasa termotivasi untuk berangkat umrah setiap kali melihat atau mendengar pengalaman orang lain					
15	Saya menganggap umrah sebagai salah satu tujuan ibadah yang penting dalam hidup saya					
16	Saya menyisihkan dana khusus secara rutin untuk keberangkatan umrah					
17	Saya menetapkan target waktu keberangkatan umrah					
18	Saya mencari dan membandingkan paket umrah dari berbagai biro umrah					
19	Saya mengikuti kegiatan manasik umrah sebagai persiapan keberangkatan					
20	Saya memiliki tabungan khusus untuk umrah					
21	Saya sudah mendaftar di biro perjalanan umrah					

Lampiran 4 : Pengolahan Pada SPSS

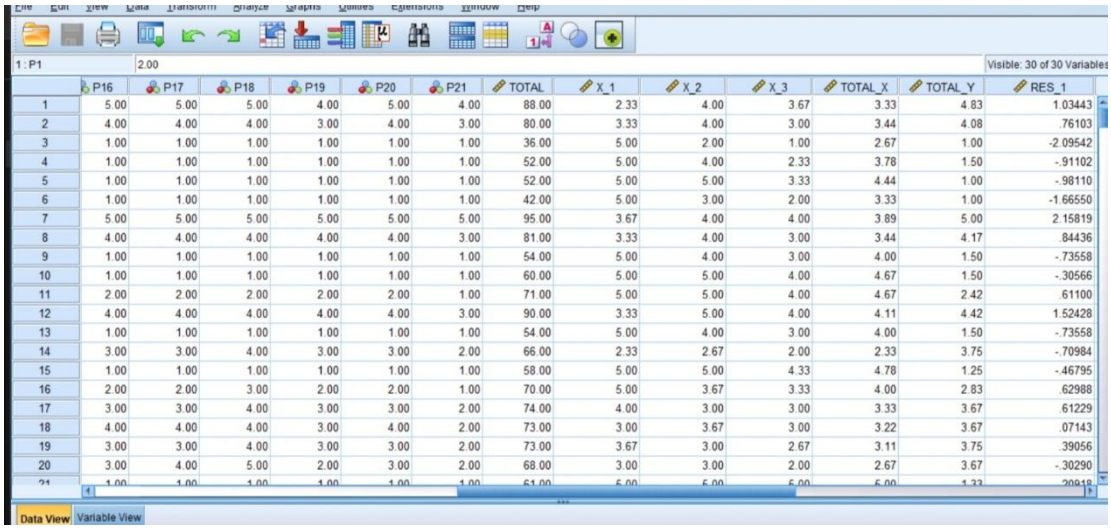


File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Extensions Window Help

1 : P1 | 2.00 | Visible: 30 of 30 Variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
2	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
3	5.00	5.00	5.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
4	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
6	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
7	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
8	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
9	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
10	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
11	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
12	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
13	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
14	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
15	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
16	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	5.00	4.00
17	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00
18	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
19	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
20	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	5.00	5.00

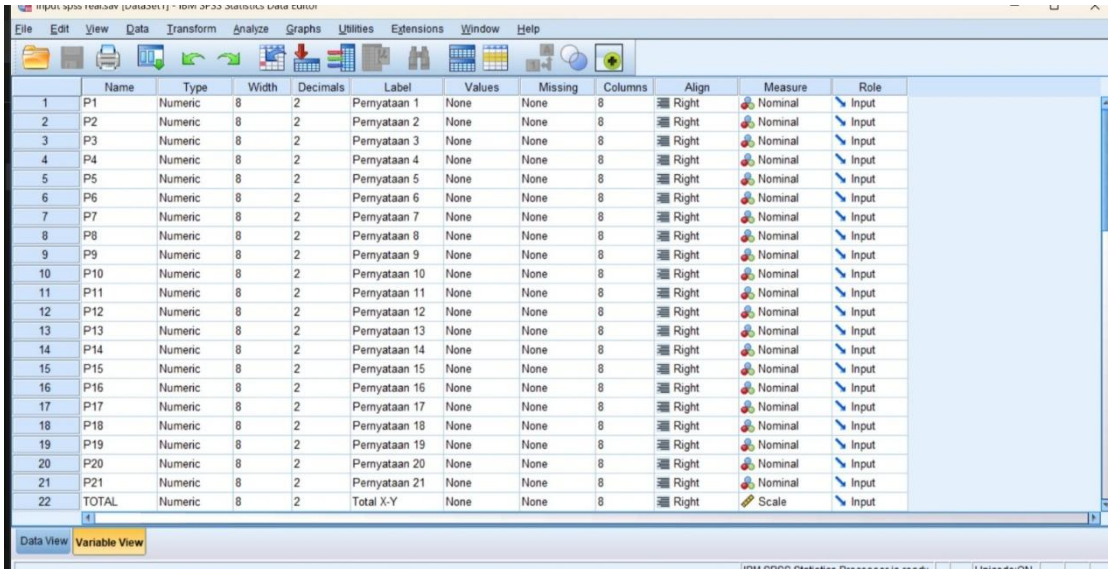
Data View | Variable View



1 : P1 | 2.00 | Visible: 30 of 30 Variables

	P16	P17	P18	P19	P20	P21	TOTAL	X_1	X_2	X_3	TOTAL_X	TOTAL_Y	RES_1
1	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	88.00	2.33	4.00	3.67	3.33	4.83	1.03443
2	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	80.00	3.33	4.00	3.00	3.44	4.08	.76103
3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	36.00	5.00	2.00	1.00	2.67	1.00	-2.09542
4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	52.00	5.00	4.00	2.33	3.78	1.50	-.91102
5	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	52.00	5.00	5.00	3.33	4.44	1.00	-.98110
6	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	42.00	5.00	3.00	2.00	3.33	1.00	-1.66550
7	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	95.00	3.67	4.00	4.00	3.89	5.00	2.15819
8	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	81.00	3.33	4.00	3.00	3.44	4.17	.84436
9	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	54.00	5.00	4.00	3.00	4.00	1.50	-.73558
10	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	60.00	5.00	5.00	4.00	4.67	1.50	-.30566
11	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	71.00	5.00	5.00	4.00	4.67	2.42	.61100
12	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	90.00	3.33	5.00	4.00	4.11	4.42	1.52428
13	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	54.00	5.00	4.00	3.00	4.00	1.50	-.73558
14	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	66.00	2.33	2.67	2.00	2.33	3.75	-.70984
15	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	58.00	5.00	5.00	4.33	4.78	1.25	-.46795
16	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	1.00	70.00	5.00	3.67	3.33	4.00	2.83	.62988
17	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	74.00	4.00	3.00	3.00	3.33	3.67	.61229
18	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00	73.00	3.00	3.67	3.00	3.22	3.67	.07143
19	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	73.00	3.67	3.00	2.67	3.11	3.75	.39056
20	3.00	4.00	5.00	2.00	3.00	2.00	68.00	3.00	3.00	2.00	2.67	3.67	-.30290

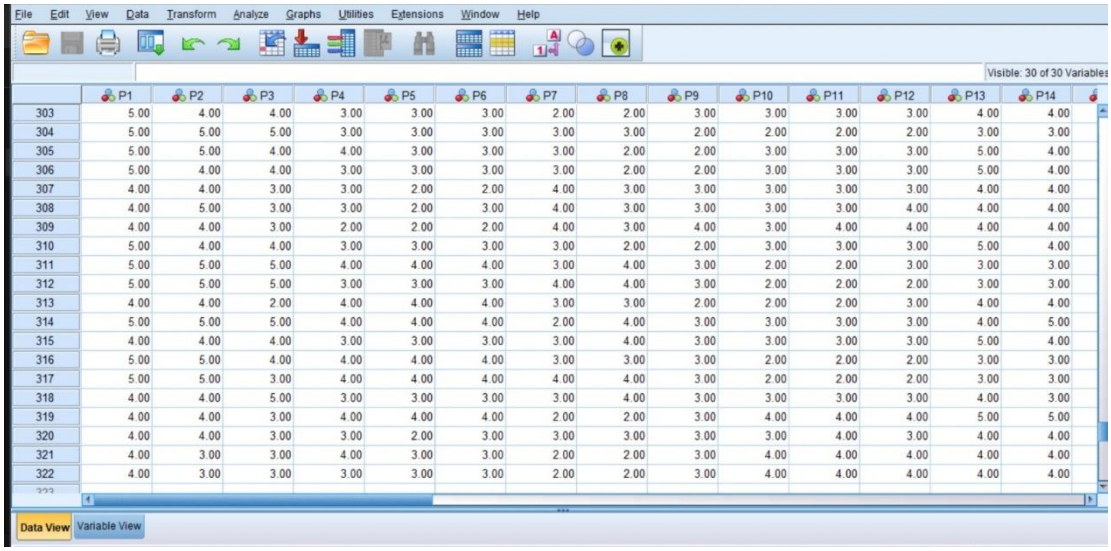
Data View | Variable View



File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Extensions Window Help

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	P1	Numeric	8	2	Pernyataan 1	None	None	8	Right	Nominal	Input
2	P2	Numeric	8	2	Pernyataan 2	None	None	8	Right	Nominal	Input
3	P3	Numeric	8	2	Pernyataan 3	None	None	8	Right	Nominal	Input
4	P4	Numeric	8	2	Pernyataan 4	None	None	8	Right	Nominal	Input
5	P5	Numeric	8	2	Pernyataan 5	None	None	8	Right	Nominal	Input
6	P6	Numeric	8	2	Pernyataan 6	None	None	8	Right	Nominal	Input
7	P7	Numeric	8	2	Pernyataan 7	None	None	8	Right	Nominal	Input
8	P8	Numeric	8	2	Pernyataan 8	None	None	8	Right	Nominal	Input
9	P9	Numeric	8	2	Pernyataan 9	None	None	8	Right	Nominal	Input
10	P10	Numeric	8	2	Pernyataan 10	None	None	8	Right	Nominal	Input
11	P11	Numeric	8	2	Pernyataan 11	None	None	8	Right	Nominal	Input
12	P12	Numeric	8	2	Pernyataan 12	None	None	8	Right	Nominal	Input
13	P13	Numeric	8	2	Pernyataan 13	None	None	8	Right	Nominal	Input
14	P14	Numeric	8	2	Pernyataan 14	None	None	8	Right	Nominal	Input
15	P15	Numeric	8	2	Pernyataan 15	None	None	8	Right	Nominal	Input
16	P16	Numeric	8	2	Pernyataan 16	None	None	8	Right	Nominal	Input
17	P17	Numeric	8	2	Pernyataan 17	None	None	8	Right	Nominal	Input
18	P18	Numeric	8	2	Pernyataan 18	None	None	8	Right	Nominal	Input
19	P19	Numeric	8	2	Pernyataan 19	None	None	8	Right	Nominal	Input
20	P20	Numeric	8	2	Pernyataan 20	None	None	8	Right	Nominal	Input
21	P21	Numeric	8	2	Pernyataan 21	None	None	8	Right	Nominal	Input
22	TOTAL	Numeric	8	2	Total X-Y	None	None	8	Right	Scale	Input

Data View Variable View



File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Extensions Window Help

Visible: 30 of 30 Variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
303	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
304	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00
305	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4.00
306	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4.00
307	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
308	4.00	5.00	3.00	3.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00
309	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
310	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4.00
311	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00
312	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00
313	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00
314	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00
315	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4.00
316	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00
317	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00
318	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00
319	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
320	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
321	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
322	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

Data View Variable View

Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1117/Un.26.3/PP.07/06/2025 12 Juni 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Wali Nagari Pandai Sikek
Kec. X Koto Kab. Tanah Datar

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Nurfadila**
NIM	: 3621010
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Haji dan Umrah S1
Judul Skripsi	: ***"Analisis Faktor Faktor Penghambat Minat Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah (Studi Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek Kec.X Koto)"***
Lokasi Penelitian	: Kantor Wali Nagari Pandai Sikek Kec. X Koto Kab. Tanah Datar
Waktu	: 12 Juni s.d 12 Juli 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 5 : SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 352.16/Un.26.3/HK.00.5/09/2024

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Haji dan Umrah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Nurfadila** NIM. **3621010** tanggal 23 September 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Penghambat Minat Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umroh (Studi Kasus Jorong Koto Tinggi Pandai Sikek)"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Dr. Iiz Izmuddin, MA**
NIP	:	197503032001121007
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Utama Muda (IV/c) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Syariah
Memberi Mata Kuliah	:	Filaafat Ekonomi Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 23 September 2024
Dekan

ADIL ALPEN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 6 : Surat Selesai Penelitian

PEMERINTAH KABUPATEN TANAH DATAR
KECAMATAN X KOTO
WALI NAGARI PANDAI SIKEK
Telp. 0752 – 498246 Alamat : Pandai Sikek

SURATKETERANGAN

Nomor: 471 / 47 / Kesra / 2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Wali Nagari Pandai Sikek Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: **NURFADILA**
TTL	: Padang Panjang, 24 September 2001
NIK	: 1306126409010001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Jurusan/Prodi	: Manajemen Haji dan Umrah (S1)
Fakultas/ Universitas	: Ekonomi dan Bisnis Islam / UIN SMDD Bukittinggi
Alamat	: Jorong Koto Tinggi Nagari Pandai Sikek
	Kec. X Koto Kab. Tanah Datar

Yang bersangkutan diatas benar telah selesai melakukan Penelitian di Nagari Pandai Sikek dengan judul ***"Analisis Faktor-Faktor Penghambat Minat Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah (Studi Jorong koto Tinggi Nagari Pandai Sikek Kec. X Koto)".*** yang di laksanakan pada tanggal 12 Juni s.d 12 Juli 2025.

Demikianlah surat keterangan ini kami berikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

Dikeluarkan di : Pandai Sikek
Pada tanggal : 06 Februari 2026
WALI NAGARI PANDAI SIKEK
SEKRETARIS NAGARI

WALI NAGARI PANDAI SIKEK

[illegible] RAHMAN