

PENGARUH EKONOMI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MELAKSANAKAN IBADAH UMRAH PADA PT.SINAI TOUR & TRAVEL BUKITTINGGI

Tsania Azzahra¹, Awaluddin², Yenti Astarie Dewi³, Khadijah Nuraini⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil. Djambek Bukittinggi

Email: tsania460@gmail.com¹, awaluddin@uinbukittinggi.ac.id²,
yentiastariedewi@gmail.com³, khadijahnuraini@uinbukittinggi.ac.id⁴

Abstrak

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat diminati oleh umat Islam, khususnya di Indonesia. Namun, minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya adalah kondisi ekonomi dan strategi promosi dari biro perjalanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekonomi dan promosi terhadap minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah umrah pada PT Sinai Tour & Travel cabang Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 124 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekonomi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,582 mengindikasikan bahwa 58,2% variasi minat masyarakat dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemampuan finansial dan promosi yang tepat menjadi faktor penentu dalam keputusan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah. Penelitian ini merekomendasikan agar biro perjalanan umrah meningkatkan kualitas promosi dan memberikan alternatif pembiayaan yang terjangkau agar dapat menjangkau lebih banyak jamaah.

Kata Kunci: Ekonomi, Promosi, Minat Umrah.

Abstract

Umrah is one of the most desired forms of worship among Muslims, particularly in Indonesia. However, public interest in performing Umrah has experienced fluctuations, influenced by various factors, including economic conditions and promotional strategies by travel agencies. This study aims to analyze the influence of economic factors and promotion on the public's interest in performing Umrah at PT Sinai Tour & Travel, Bukittinggi branch. This research uses a descriptive quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 124 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression assisted by SPSS version 25. The results indicate that both economic and promotional variables have a positive and significant influence on public interest, each with a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) is 0.582, indicating that 58.2% of the variation in public interest can be explained by the two variables. These findings support previous studies, which state that financial

capability and effective promotion are key factors in influencing people's decisions to perform Umrah. The study recommends that Umrah travel agencies improve their promotional quality and offer affordable financing alternatives to reach more prospective pilgrims.

Keywords: *Economics, Promotion, interested in Umrah.*

A. PENDAHULUAN

Pembiayaan ibadah umrah ialah salah satu wujud ibadah akan mempunyai poin kebatinan besar untuk pemeluk Islam. Walaupun tidak harus semacam ibadah haji, umrah mempunyai peran berarti sebab bisa dilaksanakan bila saja selama tahun serta jadi pengganti ibadah ke Tanah Bersih akan lebih fleksibel. Kemauan pemeluk Islam buat melakukan ibadah umrah atas durasi ke durasi lalu membuktikan kemajuan, khususnya di Indonesia akan ialah negeri atas jumlah masyarakat Mukmin terbanyak di bumi. Bersumber atas informasi atas Departemen Agama Republik Indonesia, Indonesia menaiki tingkatan paling tinggi intensitas perihal jumlah jamaah umrah atas luar Arab Saudi tiap tahunnya (Departemen Agama, 2024). Kemampuan ini setelah itu dibekuk oleh banyak dinas ekspedisi ibadah, tercantum PT Sinai Tour dan Travel, akan ialah salah satu fasilitator pelayanan ekspedisi ibadah umrah akan bekerja di bermacam kota di Indonesia, tercantum cabangnya di Bukittinggi. Tetapi begitu, atensi warga buat melakukan ibadah umrah tidak senantiasa tidak berubah- ubah, melainkan hadapi instabilitas akan diefeki oleh bermacam aspek, bagus intensitas ataupun eksternal.

Bagan 1.

Data Jamaah Umrah Sinai Tour Travel Bukittinggi

| NO | Periode | Jumlah Jamaah |
|----|---------|---------------|
| 1. | 2022 | 17 jamaah |
| 2. | 2023 | 59 jamaah |
| 3. | 2024 | 103 jamaah |

Sumber: Arsip Sinai Tour and Travel Bukittinggi

Informasi jumlah jamaah atas tahun ke tahun membuktikan gaya kenaikan akan lumayan penting. Atas tahun 2022, terdaftar sebesar 17 jamaah akan diberpointkan. Jumlah ini setelah itu bertambah runcing jadi 59 jamaah atas tahun 2023, serta balik meningkat jadi 103 jamaah atas tahun 2024. Kenaikan ini menunjukkan terdapatnya perpindahan atensi warga keatas

penerapan ibadah umrah, akan butuh ditelusuri lebih lanjut buat mengenali faktor- faktor apa saja akan memengaruhinya. Salah satu aspek penting akan dipercayai berkontribusi keatas kenaikan atensi warga merupakan situasi ekonomi. Atas cara biasa, tingkatan keahlian ekonomi warga berbanding lurus atas keinginan serta keahlian mereka intesns mendanai ekspedisi ibadah ke luar negara, tercantum ibadah umrah. Intesns suasana ekonomi akan normal, warga mengarah lebih sanggup membagikan pemasukan mereka buat keinginan kebatinan semacam ibadah umrah (Ansori Ahmad, 2022). Tidak hanya aspek ekonomi, advertensi pula memainkan kedudukan berarti intesns tingkatkan kesertaan warga. Strategi advertensi akan pas serta komunikatif sanggup meningkatkan ketertarikan serta agama calon jamaah keatas mutu jasa akan ditawarkan oleh eksekutor umrah (Rini Yunita, 2023). Intesns masa digital dikala ini, advertensi akan dicoba lewat alat sosial, pembuktian jamaah lebih dahulu, dan penajaan kolokium serta amatan umrah amat memefeki anggapan serta ketetapan warga intesns memilah dinas ekspedisi khusus.

Memandang kejadian itu, butuh dicoba riset buat menganalisa sepanjang mana efek ekonomi serta advertensi keatas atensi warga melakukan ibadah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi. Riset ini jadi berarti sebab hendak membagikan cerminan empiris hal gairah pergantian jumlah jamaah atas tahun ke tahun serta faktor- faktor pendorongnya. Tidak hanya itu, hasil riset ini pula diharapkan bisa jadi materi pepoinan serta koreksi strategi administratif PT Sinai Tour dan Travel intesns merumuskan kebijaksanaan penjualan serta jasa di era kelak. Riset ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif atas metode pengumpulan informasi lewat angket akan disebarakan atas jamaah serta warga akan sempat ataupun berkeinginan melakukan ibadah umrah lewat PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi.

Bersumber atas kerpoin balik itu, kesimpulan permasalahan intesns riset ini merupakan: (1) Sepanjang mana efek ekonomi keatas atensi warga intesns melakukan ibadah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi? serta (2) Sepanjang mana efek advertensi keatas atensi warga intesns melakukan ibadah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi? Tujuan atas riset ini merupakan buat menganalisa serta mengenali efek aspek ekonomi serta advertensi keatas atensi warga intesns melakukan ibadah umrah, atas mengutip riset permasalahan atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi intesns kurun durasi 2022–2024. Lewat riset ini, diharapkan bisa ditemui balasan empiris hal pembatas penting akan memefeki kenaikan jumlah jamaah atas 17 orang atas tahun 2022 jadi 103 orang atas tahun 2024, dan partisipasi atas tiap- tiap elastis akan diawasi. Atas begitu, hasil penemuan ini bisa digunakan

selaku bawah kategorisasi strategi kebijaksanaan akan lebih efisien serta pas target intesns tingkatkan kesertaan warga intesns melakukan ibadah umrah.

B. KAJIAN LITERATUR

1. Minat Masyarakat Untuk Melaksanakan Ibadah Umrah

Bagi Djaali, Atensi bisa dimaksud selaku desakan batin akan kokoh keatas sesuatu perihal. Desakan ini ialah wujud kemauan akan berawal atas orang itu sendiri. Atas cara biasa, atensi bisa mencuat bagus sebab aspek intesns, ialah atas intesns diri seorang, ataupun sebab efek eksternal ataupun area dekat (Handayani, 2020).

Atensi merupakan salah satu pandangan psikologis akan berfungsi intesns menolong serta memotivasi seorang buat membagikan rangsangan keatas kegiatan akan dicoba untuk menggapai tujuan akan mau dicapai. Intesns pemikiran linguistik, atensi dimaksud selaku“ ketertarikan akan kokoh keatas sesuatu perihal; antusias; ambisi.” Atensi pula dapat dimaksud selaku sesuatu penganjur atas intesns diri orang buat ikut serta ataupun mempunyai seluruh suatu akan berhubungan atas apa akan diminatinya

2. Ekonomi

Kenaikan permohonan keatas layanan ibadah umrah atas tahun ke tahun membuktikan gaya akan positif. Bermacam aspek diprediksi ikut memefeki kenaikan itu, bagus atas pandangan mikro ataupun besar. Atas ujung penglihatan besar, faktor- faktor semacam pemasukan warga serta harga paket akan ditawarkan oleh dinas ekspedisi jadi perihal akan sangat membolehkan berikan efek. Oleh sebab itu, amatan ini memakai pendekatan Filosofi Permohonan serta Ijab selaku bawah analisisnya.

Filosofi Permohonan serta ijab selaku bawah buat menarpoinn terdapatnya permohonan hendak pelayanan dinas umrah di Bukittinggi akan efek permohonan ataupun jumlah jamaah umrah Bukittinggi. Hukum permohonan melaporkan kalau ada ikatan menjempalit selah harga serta jumlah permohonan; maksudnya, kala harga sesuatu benda ataupun pelayanan hadapi ekskalasi, hingga jumlah permohonan mengarah menyusut, serta kebalikannya, bila harga turun, permohonan hendak bertambah. Sedpoinn itu, filosofi ijab melukiskan ikatan searah selah harga serta jumlah ijab. Intesns kondisi pelayanan umrah, ijab merujuk atas layanan akan diadakan oleh dinas ekspedisi atas calon jamaah. Cocok hukum ijab, bila harga pelayanan bertambah, hingga jumlah

layanan akan ditawarkan oleh dinas umrah pula mengarah meningkat, sedemikian itu pula kebalikannya kala harga menyusut. (Mukhyi, 2024).

3. Promosi

William Stanton mengemukakan kalau advertensi ialah sesuatu aktivitas akan melingkupi pandangan data, bujukan, serta komunikasi. Ketiga bagian ini silih berhubungan satu serupa lain, di mana penyampaian data sekalian memiliki faktor bujukan, serta kebalikannya, bujukan pula bawa catatan data. Daya guna atas data serta bujukan itu amat tergantung atas cara komunikasi akan pas selah pengirim catatan serta akseptor, alhasil catatan bisa diperoleh serta dimengerti cocok atas tujuan akan diharapkan. (Dinata, 2019).

Advertensi atas cara bawah ialah sesuatu kegiatan akan bermaksud buat mengantarkan ataupun menginformasikan suatu produk ataupun layanan atas sasaran pasar, supaya mereka mengenali kelebihan, khasiat, Akan terutama, kehadiran advertensi itu sendiri mempunyai daya buat memefeki metode penglihatan, membuat anggapan, dan mendesak orang ataupun pelanggan supaya mengutip ketetapan ataupun aksi khusus cocok atas catatan akan di informasikan.

4. Ibadah Umrah

Umrah merupakan ekspedisi ke baitullah atas tujuan beribadah atas Allah SWT atas metode khusus cocok atas determinasi. Ibadah umrah dibagi jadi 2 tipe, ialah umrah akan dilaksanakan bila saja serta umrah akan dicoba berbarengan atas penerapan ibadah haji, akan pula dilaksanakan atas bulan haji. Hukum melakukan umrah merupakan harus satu kali sama tua hidup. Di sisi itu, penerapan ibadah umrah mempunyai elastisitas durasi sebab bisa dicoba selama tahun. Tetapi, ada dispensasi atas sebagian durasi khusus akan dikira makruh untuk penerapan umrah, paling utama bersamaan atas penerapan ibadah haji, semacam dikala jamaah haji lagi melakukan wukuf di Arafah atas hari Arafah, atas hari pemotongan (10 Dzulhijjah), dan sepanjang hari- hari tasyriq (Widyani, dkk, 2010).

C. METODE PENELITIAN

Riset ini Riset ini memakai pendekatan kuantitatif atas tipe riset deskriptif, akan bermaksud buat mengenali serta menganalisa efek elastis ekonomi serta advertensi keatas atensi warga intesns melakukan ibadah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi.

Tata cara kuantitatif diseleksi sebab sanggup mengukur daya ikatan dampingi elastis dan membagikan cerminan atas cara statistik bersumber atas informasi alun- alun akan digabungkan lewat angket. Metode pengumpulan ilustrasi intesns riset ini memakai tata cara accidental sampling, ialah determinasi responden bersumber atas siapa saja akan atas cara bertepatan ditemukan serta penuh patokan selaku calon ataupun mantan jamaah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel. Jumlah ilustrasi intesns riset ini sebesar 124 responden akan didapat atas memakai metode Slovin supaya hasil riset lebih representatif. Instrumen riset berbentuk angket tertutup atas rasio Likert akan mengukur anggapan responden keatas elastis ekonomi, advertensi, serta atensi. Keabsahan serta reliabilitas instrumen dicoba terlebih dulu saat sebelum dipakai atas cara besar buat menjamin kesahan informasi. Cara analisa informasi dicoba atas dorongan program SPSS tipe 25, diawali atas percobaan keabsahan, percobaan reliabilitas, percobaan anggapan klasik (normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas), sampai analisa regresi linear berganda akan dipakai buat mengukur sepanjang mana efek simultan serta parsial atas elastis leluasa keatas elastis terikat. Tata cara ini ditatap relevan sebab bisa melukiskan atas cara empiris ikatan selah ekonomi serta advertensi atas atensi warga atas cara terukur serta adil (Sugiyono, 2022).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Responden

Bagan 2

Jenis Kelamin Responden

| Keterangan | Total | Persentase (%) |
|-------------------|--------------|-----------------------|
| Laki-laki | 21 | 16,9% |
| Perempuan | 103 | 83,1% |
| Total | 124 | 100% |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas informasi penyaluran responden bagi tipe kemaluan, dikenal kalau kebanyakan responden intesns riset ini merupakan wanita, ialah sebesar 103 orang ataupun sebesar 83, 1% atas keseluruhan 124 responden. Sedpoinn itu, responden pria berjumlah 21 orang ataupun sebesar 16, 9%. Informasi ini membuktikan kalau wanita mempunyai kekuasaan akan lumayan besar intesns kesertaan ibadah umrah lewat PT Sinai Tour dan Travel agen

Bukittinggi. Kejadian ini bisa memantulkan tingginya atensi wanita intesns menjajaki program keimanan, spesialnya ekspedisi ibadah umrah. Tidak hanya itu, kekuasaan wanita ini pula bisa diefeki oleh aspek sosial serta kultural, semacam kecondongan wanita buat lebih aktif intesns aktivitas kebatinan dan terdapatnya kedudukan sosial akan membolehkan mereka menjajaki aktivitas ibadah intesns golongan. Penemuan ini berarti buat dipikirkan intesns strategi penjualan dinas ekspedisi umrah, spesialnya intesns perihal kategorisasi konten advertensi, penentuan alat komunikasi, serta pengembangan layanan akan ramah wanita supaya lebih responsif keatas keinginan kebanyakan calon jamaah.

Bagan 4
Usia Responden

| Umur | Total | Persentase (%) |
|-------------|--------------|-----------------------|
| 18-25 | 10 | 8% |
| 26-35 | 34 | 27,4% |
| 36-45 | 55 | 44,4% |
| 46 ≥ | 25 | 20,2% |
| Total | 124 | 100% |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas informasi penyaluran umur responden, golongan umur paling banyak akan melakukan ibadah umrah lewat PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi terletak atas bentang umur 36–45 tahun, ialah sebesar 55 orang ataupun 44, 4% atas keseluruhan 124 responden. Berikutnya, golongan umur 26–35 tahun berjumlah 34 orang (27, 4%), disusul oleh golongan umur 46 tahun ke atas sebesar 25 orang (20, 2%), serta golongan umur 18–25 tahun berjumlah 10 orang (8%). Penemuan ini membuktikan kalau umur produktif, spesialnya golongan baya 36–45 tahun, mempunyai kecondongan sangat besar intesns melakukan ibadah umrah. Perihal ini bisa berhubungan atas situasi ekonomi akan mengarah normal atas umur itu, dan desakan kebatinan akan terus menjadi bertambah bersamaan bertambahnya umur. Tidak hanya itu, kesertaan umur 26–35 tahun akan pula lumayan penting melukiskan terdapatnya kenaikan pemahaman religius di golongan pointan belia akan telah mapan atas cara ekonomi. Sedpoinn itu, walaupun golongan umur di atas 46 tahun relatif lebih sedikit, kesertaan mereka

senantiasa berarti selaku representasi golongan akan atas cara konvensional lebih berkuasa intensitas aktivitas keimanan. Penyaluran umur ini jadi bawah berarti intensitas memastikan pendekatan jasa serta strategi komunikasi akan cocok atas karakter tiap golongan baya.

Bagan 5
Pendidikan Responden

| Pendidikan terakhir | Jumlah | Persentase (%) |
|----------------------------|---------------|-----------------------|
| SD | 0 | 0 |
| SMP | 9 | 9% |
| SMA | 66 | 66% |
| DIPLOMA | 9 | 9% |
| Sarjana | 39 | 39% |
| Pasca Sarjana | 1 | 1% |
| Total | 124 | |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas informasi tingkatan pembelajaran terakhir responden, dikenal kalau kebanyakan responden akan melakukan ibadah umrah lewat PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi merupakan alumnus Sekolah Menengah Atas (SMA), ialah sebesar 66 orang ataupun 53, 2% atas keseluruhan 124 responden. Berikutnya, responden akan mempunyai kerpoim balik pembelajaran ahli berjumlah 39 orang (31, 5%), disusul oleh alumnus akta serta Sekolah Menengah Awal (SMP) tiap- tiap sebesar 9 orang (7, 3%). Sedpoinn itu, cuma satu responden akan terdaftar mempunyai pembelajaran pascasarjana (0, 8%), serta tidak terdapat responden akan berlatar balik pembelajaran bawah (SD). Penyaluran ini membuktikan kalau jamaah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel biasanya berawal atas golongan berakal menengah sampai besar. Tingginya jumlah alumnus SMA selaku golongan paling banyak bisa memantulkan kalau warga atas pembelajaran menengah ke atas mempunyai pemahaman religius serta keahlian ekonomi akan lumayan buat melakukan ibadah umrah. Sedpoinn itu, tingginya persentase responden berakal ahli serta akta pula membuktikan terdapatnya gaya melonjaknya kesertaan golongan terpelajar intensitas aktivitas ibadah ke Tanah Bersih. Hasil ini

membagikan masukan untuk dinas ekspedisi buat mengonsep strategi komunikasi akan cocok atas tingkatan literasi serta kerpoin balik pembelajaran kebanyakan jamaah.

Bagan 6
Pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase (%) |
|------------------|---------------|-----------------------|
| Mahasiswa | 15 | 15% |
| Karyawan Swasta | 21 | 21% |
| Pegawai Negeri | 8 | 8% |
| Wirausaha | 20 | 20% |
| Lainnya | 60 | 60% |
| Total | 124 | |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas informasi penyaluran profesi responden, golongan terbanyak berawal atas jenis profesi" akan lain", ialah sebesar 60 orang ataupun 48, 4% atas keseluruhan 124 responden. Jenis ini melingkupi profesi informal, bunda rumah tangga, purnakaryawan, dan profesi lain akan tidak tercantum intesns jenis resmi akan dituturkan atas cara khusus. Berikutnya, responden akan bertugas selaku pegawai swasta berjumlah 21 orang (16, 9%), disusul oleh wirausahawan sebesar 20 orang (16, 1%), mahasiswa sebesar 15 orang (12, 1%), serta karyawan negara sebesar 8 orang (6, 5%). Informasi ini membuktikan kalau beberapa besar jamaah umrah PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi berawal atas kerpoin balik profesi non- formal ataupun fleksibel, akan mungkin mempunyai durasi senggang serta pengurusan finansial individu akan lumayan lapang buat merancang ekspedisi ibadah. Sedpoinn itu, kesertaan atas golongan pegawai swasta serta wirausahawan pula lumayan besar, memantulkan kalau golongan umur produktif atas pemasukan senantiasa ataupun mandiri membuktikan atensi kebatinan akan kokoh. Keikutsertaan mahasiswa juga lumayan penting, akan membuktikan gaya melonjaknya pemahaman berkeyakinan di golongan pointan belia.

Penemuan ini berarti intesns mengonsep pendekatan jasa serta advertensi akan dicocokkan atas kerpoin balik profesi dan keinginan tiap- tiap golongan.

Uji Validitas

Bagan 7
Uji Validitas

| Variabel | Pertanyaa n | R Hitung | R Bagan | Ket |
|-----------------|----------------|----------|------------|-------|
| Ekonomi (X1) | 1. | 0,469 | 0,1764 | Valid |
| | 2. | 0,608 | 0,1764 | Valid |
| | 3. | 0, 606 | 0,1764 | Valid |
| | 4. | 0,478 | 0,1764 | Valid |
| | 5. | 0,560 | 0,1764 | Valid |
| | 6. | 0,608 | 0,1764 | Valid |
| | 7. | 0,603 | 0,1764 | Valid |
| | 8. | 0,615 | 0,1764 | Valid |
| | 9. | 0,593 | 0,1764 | Valid |
| | 10. | 0,634 | 0,1764 | Valid |
| Promosi X2 | 1. | 0,537 | 0,1764 | Valid |
| | 2. | 0,556 | 0,1764 | Valid |
| | 3. | 0,643 | 0,1764 | Valid |
| | 4. | 0,447 | 0,1764 | Valid |
| | 5. | 0,604 | 0,1764 | Valid |
| | 6. | 0,694 | 0,1764 | Valid |
| | 7. | 0,569 | 0,1764 | Valid |
| | 8. | 0,645 | 0,1764 | Valid |
| | 9. | 0,616 | 0,1764 | Valid |
| | 10. | 0,597 | 0,1764 | Valid |
| Minat (Y) | 1. | 0,736 | 0,1764 | Valid |
| | 2. | 0,821 | 0,1764 | Valid |
| | 3. | 0,000 | 0,1764 | Valid |

Sumber: data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas bagan 7 dikenal kalau, semua item persoalan atas elastis Ekonomi (X1), Advertensi (X2), serta Atensi (Y) mempunyai poin r jumlah lebih besar atas r bagan (0, 1764). Atas begitu, seluruh biji statment diklaim asi serta pantas dipakai selaku instrumen riset.

Uji Reliabilitas

Bagan 8
Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Poin Batas | Kesimpulan |
|----------|----------------|------------|-----------------|
| Ekonomi | 0,781 | 0,60 | Sangat reliable |
| Promosi | 0,779 | 0,60 | Sangat reliable |
| Minat | 0,640 | 0,60 | Sangat reliable |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas hasil percobaan reliabilitas, semua elastis intesns riset ini membuktikan poin Cronbachs Alpha di atas batasan minimal 0, 60. Elastis Ekonomi mempunyai poin 0, 781, Advertensi sebesar 0, 779, serta Atensi sebesar 0, 640. Atas begitu, semua instrumen riset diklaim amat reliable, maksudnya item- item intesns angket tidak berubah- ubah serta bisa diyakini buat dipakai intesns pengumpulan informasi riset.

Uji t

Bagan 9
Uji t coefficient

| Variabel | Unstandardized B | Std. Error | t | Sig. | VIF |
|-------------|------------------|------------|-------|-------|-------|
| (Konstanta) | 5.423 | 1.587 | 3.417 | 0.001 | - |
| Ekonomi | 0.421 | 0.107 | 3.935 | 0.000 | 1.622 |
| Promosi | 0.482 | 0.106 | 4.547 | 0.000 | 1.622 |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas hasil analisa regresi linier berganda, dikenal kalau elastis Ekonomi mempunyai poin koefisien sebesar 0, 421 atas poin signifikansi 0, 000($\leq 0, 05$) serta t jumlah

3, 935, sebaliknya elastis Advertensi mempunyai koefisien sebesar 0, 482 atas signifikansi 0, 000 serta t jumlah 4, 547. Perihal ini membuktikan kalau kedua elastis memefeki positif serta penting keatas Atensi warga melakukan ibadah umrah. Poin VIF buat kedua elastis merupakan 1, 622, akan berarti tidak terjalin multikolinearitas. Koefisien konstanta sebesar 5, 423 membuktikan kalau bila elastis Ekonomi serta Advertensi berharga nihil, hingga atensi senantiasa terletak atas poin bawah itu.

Bagan 10
Uji F hitung

| Model | Sum of squares | Df | Mean square | F | Sig |
|--------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| 1 Regression | 310.118 | 2 | 155.059 | 37.992 | .000 |
| Residual | 222.299 | 121 | 4.194 | | |
| Total | 532.417 | 123 | | | |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Bersumber atas hasil percobaan ANOVA, didapat poin F jumlah sebesar 37, 992 atas poin signifikansi 0, 000($\leq 0, 05$). Perihal ini membuktikan kalau bentuk regresi atas cara simultan (bersama- sama) selah elastis Ekonomi serta Advertensi memefeki penting keatas Atensi warga melakukan ibadah umrah. Atas begitu, anggapan akan melaporkan terdapatnya efek simultan bisa diperoleh. Poin Sum of Squares keseluruhan sebesar 532, 417 membuktikan alterasi keseluruhan intesns atensi, atas 310, 118 dipaparkan oleh bentuk (regresi) serta 222, 299 oleh aspek lain (residual).

Bagan 11
Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .763 | .582 | .569 | 2.019 |

Sumber: Data diolah atas SPSS 25

Hasil analisa membuktikan kalau poin R sebesar 0,763 membawa alamat terdapatnya ikatan akan kokoh selah elastis Ekonomi serta Advertensi atas Atensi. Poin R Square sebesar 0,582 berarti kalau 58,2% alterasi intesns Atensi warga bisa dipaparkan oleh kedua elastis bebas itu atas cara bersama-sama. Sedpoinn itu, lebihnya 41,8% dipaparkan oleh elastis lain di luar bentuk ini. Poin Adjusted R Square sebesar 0,569 mengonfirmasi kalau bentuk senantiasa bagus walaupun dicocokkan atas jumlah prediktor. Ada pula poin Standard Error of the Estimate sebesar 2,019 membuktikan tingkatan kekeliruan perkiraan intesns bentuk regresi akan sedang bisa diperoleh.

Analisa Efek Ekonomi serta Advertensi keatas Atensi Warga Buat Melakukan Ibadah Umrah

Ibadah umrah ialah salah satu wujud ibadah akan amat diidamkan oleh pemeluk Islam. Di Indonesia, antusiasme warga keatas penerapan ibadah ini hadapi kenaikan atas tahun ke tahun, akan terlihat intesns jumlah jamaah akan diberpointkan oleh bermacam dinas ekspedisi umrah, tercantum PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi. Tetapi, gairah atensi warga intesns menunaikan ibadah umrah tidak bebas atas efek bermacam aspek eksternal, 2 di selah lain merupakan pandangan ekonomi serta strategi advertensi akan diaplikasikan oleh pihak travel. Oleh sebab itu, berarti buat menganalisa sepanjang mana kedua aspek itu membagikan efek keatas atensi warga.

Bersumber atas hasil pengerjaan informasi riset, elastis Ekonomi membuktikan poin koefisien regresi sebesar 0,421 atas poin signifikansi 0,000 serta t jumlah sebesar 3,935, akan berarti kalau elastis ini memefeki positif serta penting keatas atensi warga buat melakukan ibadah umrah. Terus menjadi bagus situasi ekonomi orang ataupun keluarga, hingga terus menjadi besar pula kecondongan mereka buat menunaikan ibadah ke Tanah Bersih. Penemuan ini mensupport filosofi keinginan intesns ilmu jiwa, kalau sehabis keinginan bawah terakbul, orang hendak berupaya penuhi keinginan spiritualnya. Perihal ini pula cocok atas pemikiran intesns ekonomi Islam kalau keahlian keuangan ialah salah satu ketentuan intesns penerapan ibadah umrah serta haji. Situasi ekonomi akan normal membolehkan seorang membagikan beberapa penghasilannya buat aktivitas keimanan, tercantum pembiayaan umrah akan terkategori lumayan besar. Warga akan mempunyai pemasukan senantiasa ataupun upaya akan bertumbuh mengarah tidak hadapi halangan penting intesns mempersiapkan anggaran ekspedisi ibadah. Oleh sebab itu, dinas ekspedisi umrah butuh mengenali bagian pasar bersumber atas situasi ekonomi, supaya strategi penjualan serta produk akan ditawarkan bisa

dicocokkan, semacam sistem angsuran, promo korting, ataupun paket keluarga akan lebih murah tetapi senantiasa bermutu.

Sedpoinn itu, elastis Advertensi pula teruji mempunyai efek positif serta penting, atas poin koefisien regresi sebesar 0,482, poin signifikansi 0,000, serta t jumlah sebesar 4,547. Ini membuktikan kalau advertensi akan dicoba oleh PT Sinai Tour dan Travel memainkan kedudukan besar intesns membuat atensi warga. Advertensi akan efisien sanggup tingkatkan pemahaman, ketertarikan, serta agama warga keatas mutu layanan akan ditawarkan. Intesns kondisi ini, bermacam alat advertensi semacam edaran, alat sosial, pembuktian jamaah, sampai kolokium manasik mempunyai partisipasi berarti intesns menghasilkan anggapan positif.

Hasil riset pula membuktikan kalau poin koefisien pemastian (R Square) sebesar 0,582, akan berarti kalau 58,2% alterasi intesns atensi warga bisa dipaparkan oleh elastis ekonomi serta advertensi atas cara simultan. Sebaliknya 41,8% lebihnya diefeki oleh aspek lain akan tidak diulas intesns riset ini, semacam dorongan religius, efek keluarga, pengalaman kebatinan lebih dahulu, ataupun apalagi situasi politik serta kebijaksanaan Arab Saudi. Poin Adjusted R Square sebesar 0,569 membawa alamat kalau bentuk senantiasa normal walaupun sudah dicocokkan keatas jumlah elastis intesns bentuk. Perihal ini menguatkan kesimpulan kalau bentuk regresi akan dipakai lumayan bagus intesns menarpoinn ikatan selah elastis.

Berikutnya, hasil percobaan F (ANOVA) membuktikan poin F jumlah sebesar 37,992 atas signifikansi 0,000, akan berarti kalau atas cara simultan, elastis ekonomi serta advertensi mempunyai efek penting keatas atensi warga. Atas begitu, anggapan akan melaporkan kalau kedua elastis itu atas cara bersama-sama memefeki atensi warga bisa diperoleh. Ini menunjukkan kalau usaha tingkatkan kesertaan warga intesns program umrah wajib memikirkan sinergi selah kenaikan keselamatan ekonomi warga serta aplikasi strategi advertensi akan efisien serta komunikatif.

Atas bagian percobaan keabsahan serta reliabilitas instrumen, semua item persoalan buat elastis ekonomi, advertensi, serta atensi diklaim asi, sebab poin r jumlah \geq r bagan (0,1764). Tidak hanya itu, hasil percobaan reliabilitas membuktikan poin Cronbach' s Alpha sebesar 0,781 buat ekonomi, 0,779 buat advertensi, serta 0,640 buat atensi, akan segenap melampaui batasan minimal 0,60. Atas begitu, instrumen akan dipakai intesns riset ini teruji reliable serta bisa diyakini buat mengukur tiap-tiap elastis atas cara tidak berubah-ubah. Bersumber atas penemuan itu, bisa disimpulkan kalau atensi warga buat melakukan ibadah umrah tidak cuma tergantung atas hasrat ibadah semata, namun pula amat diefeki oleh keahlian ekonomi serta

daya guna advertensi atas pihak eksekutor. Intesns kondisi administratif, PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi bisa memikirkan hasil ini buat menata kebijaksanaan berplatform informasi, semacam menguatkan strategi penjualan digital, meluaskan bagian pasar lewat advertensi berplatform komunitas, dan menawarkan program pembiayaan ataupun dana umrah akan bisa memudahkan bobot ekonomi calon jamaah.

E. KESIMPULAN

Atas ulasan diatas bisa ditarik kesimpulan kalau elastis ekonomi serta advertensi atas cara simultan ataupun parsial memefeki positif serta penting keatas atensi warga buat melakukan ibadah umrah atas PT Sinai Tour dan Travel agen Bukittinggi. Perihal ini dibuktikan lewat hasil analisa regresi linier berganda akan membuktikan poin signifikansi tiap- tiap elastis kurang atas 0, 05, ialah 0, 000, dan koefisien regresi sebesar 0, 421 buat elastis ekonomi serta 0, 482 buat advertensi. Maksudnya, terus menjadi bagus situasi ekonomi serta terus menjadi intensif dan efisien advertensi akan dicoba, hingga atensi warga buat melakukan ibadah umrah hendak bertambah. Tidak hanya itu, poin koefisien pemastian (R Square) sebesar 0, 582 membuktikan kalau 58, 2% alterasi atensi warga bisa dipaparkan oleh aspek ekonomi serta advertensi, sebaliknya 41, 8% lebihnya diefeki oleh elastis lain akan tidak dianalisis intesns riset ini. Hasil percobaan F atas poin F jumlah sebesar 37, 992 serta signifikansi 0, 000 pula membawa alamat kalau bentuk regresi akan dipakai pantas serta penting atas cara statistik. Riset ini pula merumuskan kalau aspek ekonomi membagikan efek akan kokoh sebab penerapan ibadah umrah membutuhkan kesiapan keuangan. Sedpoinn itu, advertensi akan pas target sanggup membuat pemahaman serta ketertarikan warga keatas layanan dinas ekspedisi umrah. Oleh sebab itu, PT Sinai Tour dan Travel diharapkan bisa lalu tingkatkan strategi advertensi berplatform digital serta menjpoinu bermacam bagian warga atas pendekatan akan cocok, dan membagikan pengganti pembiayaan akan mempermudah warga atas cara ekonomi buat menunaikan ibadah umrah.

DAFTAR PUSTAKA

Kebajikan, Budi, Statistika Riset Memakai SPSS (Guepedia, 2021)

Handayani, Naomi, Pengembangan Bentuk Penataran Usaha Tingkatkan Hasil Berlatih Anak didik (Jakarta: Pustaka Rumah Cinta, 2020)

Johari, and Johar Arifin, Arahan Manasik Haji Serta Umrah, Cet. 1 (Yogyakarta: CV. Kastel Biro, 2019)

- Departemen Agama Republik Indonesia, Informasi Jamaah Umrah Indonesia Tahun 2023, (Jakarta: Dirjen Penajaan Haji serta Umrah, 2024).
- Mukhyi, Muhammad Abdul, *Filosofi Ekonomi (Area: PT Alat pencetak Indonesia, 2024)*
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Riset Skripsi, Disertasi Serta Karangan Serta Buatan Objektif (Jakarta, 2011)*
- Soesana, Abigail, Hania Subakti, Karwanto, Anisa Fitri, and Sony Kuswandi, *Metodologi Riset Kuantitatif (Yayasan Kita Menulis, 2023)*
- Widyani, Retno, and Mansyur Individu, *Bimbingan Ibadah Haji Serta Umrah (Yogyakarta: Dee Publish, 2010)*
- Ahmad Asrori, 'Aspek Ekonomi selaku Pembatas Atensi Ibadah Umrah di Golongan Warga Urban', *Harian Ekonomi Syariah Indonesia*, 9. 2 (2022), 111–123.
- Ashar, Salim, 'Bagian Lain Jamaah Umrah (Selah Ibadah, Darmawisata Serta Berbelanja Intesns Prespektif Kejadian Sosial)', *Harian Ilmu Syariah*, Vol. 3 (2022)
- Dinata, Vincent Kanya, Tjong Se Fung, and Nana Sutisna, 'Efek Harga Serta Advertensi keatas Ketetapan Pembelian Air Mineral Le- Mieral Atas Gerai Retail Kota Tangerang', *Harian Ekonomi Serta Bidang usaha*, Vol. 17 (2019)
- Fitri Rahmi serta Dede Suherman, 'Efek Strategi Advertensi keatas Ketetapan Warga intesns Menjajaki Umrah', *Harian Manajemen Ajakan*, 10. 1 (2023), 45–59.
- Fuad, Akhmad, and Syahmardi Yacob, 'Efek Alat Sosial Serta Energi Raih Intesns Tingkatkan Atensi Umrah keatas Ketetapan Bertamu Ke Tanah Bersih Atas Pointan Milenial Di Kota Jambi', *Harian Manajemen Terapan Serta Finansial*, Vol. 4 (2022).
- Indriyani, Yopen, Nurul Hak, and Aaan Shar, 'Analisa Atensi Warga Buat Mencatat Haji', *Harian Pembelajaran Asal usul Serta Studi Sosial Humaniora (KAGANGA)*, Vol. 7 Nomor. (2024)
- Matondang, Zulkifli, 'Keabsahan Serta Reabilitas Sesuatu Instrumen Riset', *Harian PPS UNIMED*, Vol. 6. Nomor (2009)
- Rini Yunita, 'Daya guna Advertensi Digital intesns Menarik Atensi Jamaah Umrah di Masa Sesudah Endemi', *Harian Komunikasi serta Ajakan Digital*, 5. 2 (2023), 87–95.
- Syafitri, Juwita Dwi, 'Kenaikan Literasi Digital Serta Keamanan Data Untuk Warga (Riset Atas Kleurahan Atasng Serai Kecamatan Desa Melayu Intesns Bisnis Online Umrah)', *Harian Dedikasi Atas Warga*, Vol. 04 (2024), perihal: 5

Zulfila, 'Manajemen Jasa Dinas Ekspedisi Haji Plus Serta Umrah Atas PT. Tanim Darmawisata Religi Duri Riau Bagi Hukum Republik Indonesia No 8 Tahun 2019', *Harian Manajemen Bidang usaha Serta Badan (JMBO)*, Vol. 1 (2022), perihal. 64.