BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kementerian Agama (disingkat Kemenag, dahulu Departemen Agama, disingkat Depag) adalah kementerian dalam PemerintahIndonesia yang membidangi urusan agama. Kementerian Agama dipimpin oleh seorang Menteri Agama (Menag) yang sejak tanggal 22 Oktober2009 dijabat oleh Suryadharma Ali.

Berfungsi Memberi bimbingan, pemahaman, pengamalan, dan pelayanan kehidupan beragama. Dalam penyelenggaraan Haji dan umroh pemerintah bertanggung jawab dalam hal teknis maupun mengeluarkan kebijakan. Hal ini ditegaskan dalam pasal 16 ayat 1 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1999 tentang penyelenggaraan ibadah haji yang intinya pemerintah adalah organ yang bertugas dan bertanggung jawab dalam penyelenggaraan ibadah haji dibawah koordinasi menteri.

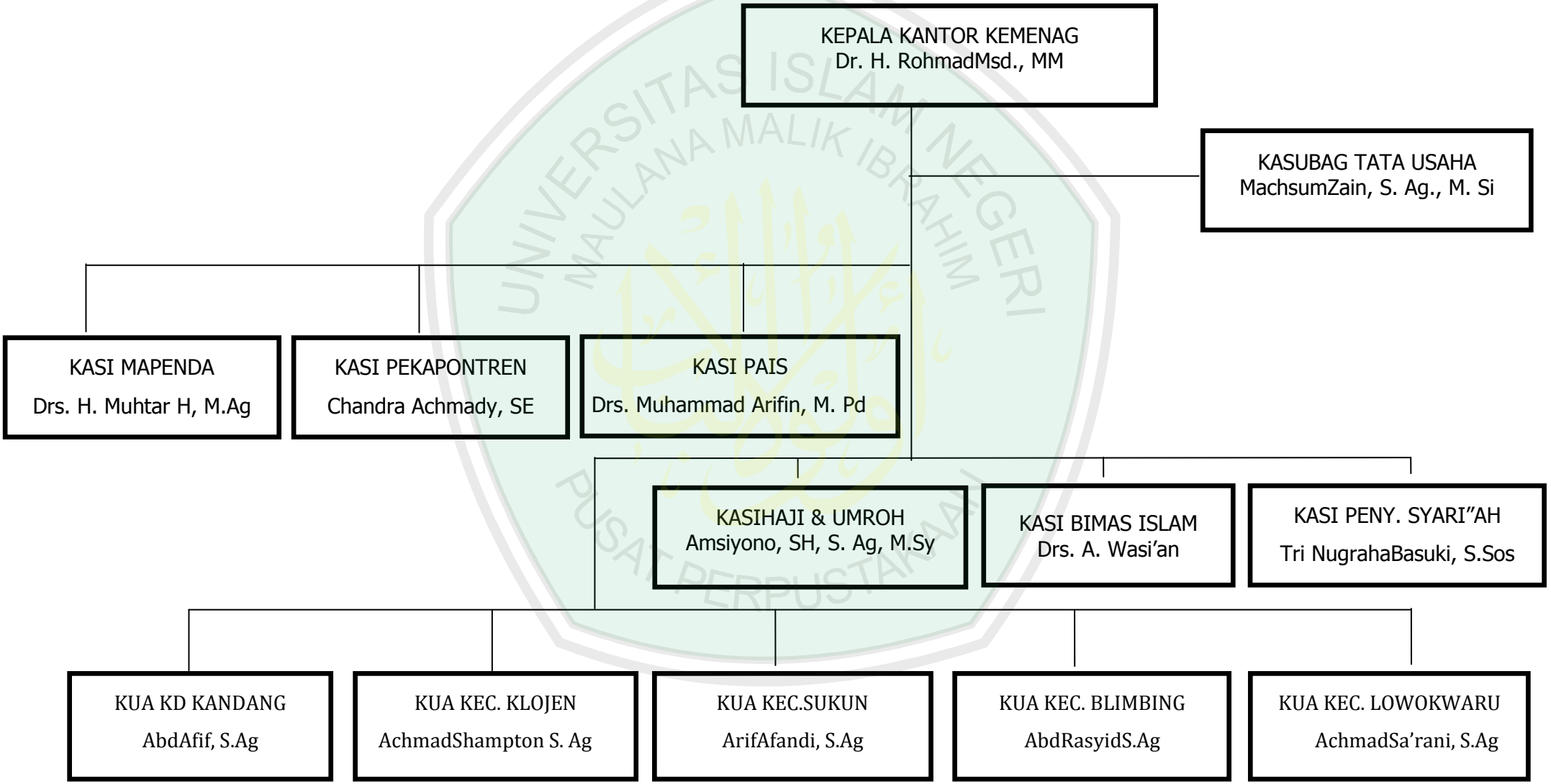
4.1.2. Visi

Menjadikan masyarakat Kota Malang yang mandiri, sejahtera & berakhlakul karimah dengan menjadikan agama sebagai landasan moral, spiritual & etika dalam berbangsa & bernegara, sehingga tercipta kaharmonisan bermasyarakat & saling menghargai antar pemeluk agama.

4.1.3. Misi

Meningkatkan pemahaman, penghayatan & pengamalan moral & etika yang didasari oleh nilai-nilai agama serta penghormatan atas keanegaragaman keyakinan keagamaan melalui peningkatan kualitas penyuluhan, pendidikan agama di sekolah umum & perguruan agama, pengembangan kehidupan keluarga sakinah, peningkatan kualitas pelayanan ibadah keagamaan, pemberdayaan lembaga-lembaga keagamaan dalam proses pembangunan, serta memperkokoh kerukunan antar umat beragama.

4.1.4. Struktur Organisasi



Sumber: Dokumen Kementerian agama, juli 2013

4.2. Hasil Analisis Deskriptif

4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Deskripsi karakteristik responden adalah penjelasan tentang keberadaan konsumen yang mendapatkan pelayanan di Kantor Kementerian Agama kota Malang Bagian Penyelenggara Haji dan Umroh, yang diperlukan sebagai informasi untuk mengetahui identitas sebagai responden dalam penelitian ini. Responden sebagai obyek penelitian yang memberikan interpretasi terhadap karakteristik responden untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan calon jemaah haji pada Kantor Kementerian Agama kota Malang.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 145 orang calon jemaah haji. Yang menjadi responden untuk dikemukakan sebagai kelayakan responden dalam memberikan informasi mengenai identitas diri yaitu jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Distribusi responden dari penelitian menurut jenis kelamin dapat digambarkan menurut tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1

Komposisi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Banyaknya responden	Prosentase (%)
Laki-laki	79	54,5
Perempuan	66	45,5
Total	145	100

Sumber : data primer, diolah 2014

Komposisi responden yang masing-masing laki-laki 79 responden (54,5%) dan perempuan 66 responden (45,5%). Ini menunjukan bahwa setidaknya dalam penelitian ini telah terwakili secara merata oleh kedua kelompok laki- laki dan perempuan.

2. Usia

Distribusi usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini di tunjukan pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Komposisi Usia Responden

Usia	Banyaknya Responden	Prosentase(%)
<20 Tahun	12	8,3
20-30 Tahun	20	13,8
31-40 Tahun	39	26,9
41-50 Tahun	55	37,9
>50 Tahun	19	13,1
Total	145	100

Sumber : data primer, diolah 2014

Dari table 4.2 dapat diketahui bahwa responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 55 atau 37,9%, 39 responden atau 26,9% berusia 31-40 tahun, 20 responden atau 13,8% berusia 20-30 tahun,19 responden atau 13,1 % berusia diatas 50 tahun, dan 12 responden atau 8,3% berusia kurang dari 20 tahun. Berdasarkan paparan data diperoleh informasi secara umum bahwa calon jemaah haji yang mendaftar di kantor Kementerian agama kota Malang dengan usia 41-50 tahun. Hal ini dapat diperoleh gambaran bahwa calon jemaah haji berasal dari kalangan yang sudah memiliki tingkat kedewasaan dalam usia yang lebih matang dan pengalaman yang lebih dalam menilai pelayanan yang memuaskan atau pelayanan yang tidak memuaskan.

3. Pekerjaan

Distribusi Responden dari penelitian menurut pekerjaan dapat digambarkan pada tabel4.3 berikut:

Tabel 4.3
Komposisi pekerjaan responden

Pekerjaan	Banyaknya Responden	Prosentase(%)
PNS	29	20
Swasta	38	26,2
Pljr/Mhs	14	9,7
Wiraswasta	28	12,4
Lain-lain	46	31,7
Total	145	100

Sumber: Data primer, diolah 2014

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 46 atau 31,7%, 38 responden atau 26,2% dengan pekerjaan swasta, 29 responden atau 20% dengan pekerjaan sebagai PNS,28 responden atau 12,4 % dengan pekerjaan wiraswasta, dan 14 responden atau 9,7% sebagai Pelajar/Mahasiswa. Berdasarkan paparan data diperoleh informasi calon jemaah haji yang mendaftar di Kantor kementerian agama kota Malang sebanyak 46 responden atau 31,7% bekerja lain-lain, atau dapat dijabarkan sebagai ibu rumah tangga atau pensiunan.

4.2.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian diolah menggunakan program SPSS 16.0 menunjukkan bahwa pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian yang digunakan tersebut akurat dan dapat dipercaya, serta dapat diandalkan apabila digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

Pengujian instrument penelitian terhadap 145 responden diperoleh bahwa hasil penelitian dipergunakan untuk mengetahui tingkat valid dan reliabel suatu instrument penelitian, dimananilai probabilitas untuk korelasi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien reliabilitasnya (Cronbach Alpha) lebih besar dari 0,60. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

4.2.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Shiddiq*(Jujur) (X1)

Tabel 4.4

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Shiddiq*(Jujur) (X1)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X1	X11	0,819	0,000	0,608
	X12	0,754	0,000	
	X13	0,670	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel *Shiddiq*(Jujur) mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,608. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel *Shiddiq(*Jujur) (X1) bernilai valid dan reliable.

4.2.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Amanah*(Terpercaya) (X2)

Tabel 4.5

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Amanah*(Terpercaya) (X2)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X2	X21	0,751	0,000	0,704
	X22	0,757	0,000	
	X23	0,706	0,000	
	X24	0,708	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel *Amanah*(Terpercaya) mempunyai nilai probabilitas

lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,704. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel *Amanah*(Terpecaya) (X2) bernilai valid dan reliabel.

4.2.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Fathanah*(Cerdas) (X3)

Tabel 4.6

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Fathanah*(Cerdas) (X3)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X3	X31	0,609	0,000	0,607
	X32	0,654	0,000	
	X33	0,594	0,000	
	X34	0,447	0,000	
	X35	0,558	0,000	
	X36	0,472	0,000	
	X37	0,471	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel *Fathanah*(Cerdas) mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,607. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel *Fathanah*(Cerdas) (X3) bernilai valid dan reliabel.

4.2.2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Tabligh*(Menyampaikan) (X4)

Tabel 4.7

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Tabligh*(Menyampaikan) (X4)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X4	X41	0,778	0,000	0,658
	X42	0,836	0,000	
	X43	0,694	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel *Tabligh*(Menyampaikan) mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,658. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel *Tabligh*(Menyampaikan) (X4) bernilai valid dan reliabel.

4.2.2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik(*Tangibles*)(X5)

Tabel 4.8
Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik(*Tangibles*) (X5)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X5	X51	0,829	0,000	0,734
	X52	0,775	0,000	
	X53	0,819	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel Bukti Fisik(*Tangibles*)mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,734. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel Bukti Fisik(*Tangibles*)(X5) bernilai valid dan reliabel.

4.2.2.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perhatian(*Empaty*)(X6)

Tabel 4.9
Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perhatian(*Empaty*) (X6)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X6	X61	0,761	0,000	0,625
	X62	0,789	0,000	
	X63	0,741	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel Perhatian(*Empaty*)mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari

0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,625. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel Perhatian(*Empaty*)(X6) bernilai valid dan reliabel.

4.2.2.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Calon Jemaah Haji(Y)

Tabel 4.10

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Calon Jemaah Haji(Y)

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
Y	Y11	0,578	0,000	0,621
	Y12	0,537	0,000	
	Y13	0,505	0,000	
	Y14	0,540	0,000	
	Y15	0,637	0,000	
	Y16	0,692	0,000	

Sumber : Data primer (diolah), Mei 2014

Berdasarkan data dari table diatas menunjukan semua item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Calon Jemaah Haji mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,621. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Calon Jemaah Haji (Y) bernilai valid dan reliabel.

4.3. Uji Asumsi klasik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Suatu model regresi yang baik harus memenuhi nilai efisiensi atau tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut.

4.3.1. Uji Normalitas

Tabel 4.11
Tabel Uji One-Sample *kolmogorov-smirnov* Test

	Unstandardized Residual
N	145
Kolmogorov-Smirnov Z	.644
Asymp. Sig. (2-tailed)	.801

Sumber: Data primer, mei 2014

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai dari hasil pengujian uji *kolmogorov-smirnov Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,801. Hal ini memberikan makna bahwa persamaan yang dibangun oleh variabel x terhadap variabel y berdistribusi normal karena nilai probabilitas > 0,05 sehingga layak untuk digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.3.2. Uji Autokorelasi

Adanya suatu autokorelasi bertentangan dengan salah satu asumsi dasar dari regresi berganda yaitu tidak adanya korelasi diantara galat acaknya. Artinya jika ada autokorelasi maka dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh kurang akurat.

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594[a]	.353	.324	1.925	1.878

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X3, X5, X4, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data primer, mei 2014

Dari hasil output spss diatas diperoleh nilai dw sebesar 1,878. Kemudian dibandingkan dengan tabel durbin Watson atau nilai dw tersebut kita bandingkan

dengan 2, dan area nilai ini sangat dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi auto korelasi.

4.3.3. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas akan mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil pengukuran akan menjadi kurang dari semestinya.

Tabel 4.13
Uji Heterokedastisitas

Variabel bebas	r	sig	Keterangan
Shiddiq(X1)	-0,100	0,231	Homoskedastisitas
Amanah(X2)	-0,104	0,212	Homoskedastisitas
Fathanah(X3)	-0,108	0,197	Homoskedastisitas
Tabligh(X4)	-0,025	0,767	Homoskedastisitas
Tangibles(X5)	-0,096	0,250	Homoskedastisitas
Empaty(X6)	0,013	0,875	Homoskedastisitas

Sumber: Data primer (diolah), mei 2014

Dari tabel 4.13 menjunjukan bahwa signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05(5%) maka variabel yang diuji tidak mengandung heterokedastisitas atau homoskedastisitas. Artinya tidak ada korelasi antara basarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

4.3.4. Uji Multikolinearitas

Adanya multikolinearitas akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan serta standart deviasi akan menjadi tidak terduga. Jika multikolinearitas kurang sempurna, maka koefisien regresi meskipun berharga akan mempunyai standart deviasi yang besar, berarti koefisien- koefisiennya tidak dapat ditaksir dengan mudah.

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.14

Uji Multikolinearitas Value Inflation Factor (VIF)

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Shiddiq (X1)	1,207	Tidak ada indikasi kolinearitas
Amanah (X2)	1,407	Tidak ada indikasi kolinearitas
Fathanah (X3)	1,421	Tidak ada indikasi kolinearitas
Tabligh (X4)	1,399	Tidak ada indikasi kolinearitas
Tangibles (X5)	1,341	Tidak ada indikasi kolinearitas
Empaty (X6)	1,213	Tidak ada indikasi kolinearitas

Sumber: Data primer (diolah), mei 2014

Dari tabel 4.14 tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk variabel (X1, X2, X3, X4, X5,dan X6) tidak terjadi multikolinearitas dengan ditunjukan nilai VIF lebih kecil dari 10.

4.4. Analisis Regresi linear berganda

Analisis Regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh dari variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 16.0 dan hasilnya dijelaskan pada tabel beikut:

Tabel 4.15
Regresi Linear

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9.866	2.368		4.167	.000			
	X1	.249	.110	.171	2.272	.025	.150	.190	.156
	X2	.098	.101	.079	.968	.335	.098	.082	.066
	X3	.215	.164	.146	1.790	.076	.101	.151	.123
	X4	.274	.115	.192	2.373	.019	.389	.198	.163
	X5	.491	.119	.326	4.116	.000	.429	.331	.282
	X6	.384	.105	.275	3.641	.000	.434	.296	.249

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Primer, mei 2014

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$Y= 9{,}866+0{,}249X_1+0{,}098X_2+0{,}215X_3+0{,}274X_4+0{,}491X_5+0{,}384X_6+ 1{,}925$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) a = 9,866

Nilai konstan ini menunjukan bahwa apabila tidak ada variabel *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh,Tangibles,* dan*Empaty*(X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 = 0), Kepuasan calon jemaah haji akan mengalami kenaikan sebesar 9,866 kali. Dalam arti kepuasan calon jemaah haji mengalami kenaikan sebesar 9,866 kali sebelum atau tanpa adanya variabel *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Tangibles,* dan *Empaty.*

b) b1 = 0,249

Koefisien regresi b1 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *Shiddiq* meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan

mengalami peningkatan sebesar 0,249 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel *Shiddiq* sebesar 0,249 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X2, X3, X4, X5 dan X6 = 0) atau cateris paribus.

c) b2 = 0,098

Nilai Koefisien regresi b2 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *Amanah*meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan mengalami peningkatan sebesar 0,098 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel *Amanah* sebesar 0,098 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X1, X3, X4, X5 dan X6 = 0) atau cateris paribus.

d) b3 = 0,215

Koefisien regresi b3 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *fathanah*meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan mengalami peningkatan sebesar 0,215 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel *fathanah* sebesar 0,215 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X1, X2, X4, X5 dan X6 = 0) atau cateris paribus.

e) b4 = 0,274

Koefisien regresi b4 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *Tabligh*meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan mengalami peningkatan sebesar 0,274 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel

Tabligh sebesar 0,274 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X1, X2, X3, X5 dan X6 = 0) atau cateris paribus.

f) b5 = 0,491

Koefisien regresi b5 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *tangibles*meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan mengalami peningkatan sebesar 0,491 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel *tangibles* sebesar 0,491 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X1, X2, X3, X4 dan X6 = 0) atau cateris paribus.

g) b6 = 0,384

Koefisien regresi b6 ini menunjukkan bahwa setiap variabel *empaty*meningkat sebesar 1 kali, maka kepuasan calon jemaah haji akan mengalami peningkatan sebesar 0,384 kali atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan kepuasan calon jemaah haji diperlukan variabel *empaty* sebesar 0,384 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X1, X2, X3, X4 dan X5 = 0) atau cateris paribus.

h) Standart error sebesar 1,925 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,925

Hasil regresi berganda diatas menunjukan bahwa variabel bebas yakni *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Tangibles,* dan *Empaty.*berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan calon jemaah haji. Sedangkan variabel *Fathonah* berpengaruh negatif terhadap kepuasan calon jemaah haji. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel

terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel adalah variabel *Tangibles*sebesar 0,491.

4.5. Analisis Hipotesis

4.5.1. Uji F

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Tangibles,* dan *Empaty*terhadap variabel kepuasan calon jemaah haji.

Tabel 4.16

Rekapitulasi hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.518	6	46.420	12.525	.000[a]
	Residual	511.454	138	3.706		
	Total	789.972	144			

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X3, X5, X4, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data primer, mei 2014

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, maka tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan $F_{tabel,}$ dimana F_{hitung} sebesar 12,525 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,165, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *Shiddiq*(X1), *Amanah*(X2), *Fathanah*(X3), *Tabligh*(X4), *Tangibles*(X5), dan*Empaty*(X6)berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan calon jemaah haji (Y).

4.5.2. Uji t

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskanpengujian masing-masing variabel secara parsial

1. Variabel *Shiddiq*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel*Shiddiq* menunjukkan nilai t = 2,272 dengan nilai signifikansi sebesar 0,025< 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Shiddiq* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *shiddiq* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Semakin tinggisikap *Shiddiq* yang ada pada pegawaiKementerian Agama bagian pembimbingan Haji dan Umroh akan semakin tinggi pula kepuasan calon jemaah haji.

2. Variabel *Amanah*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *Amanah* menunjukkan nilai t = 0,968 dengan nilai signifikansi sebesar 0,335> 0,05. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Amanah* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini berarti Hipotesis 2 tidak diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *Amanah* memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Variabel *Fathonah*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *Fathonah* menunjukkan nilai t = 1,790 dengan nilai signifikansi sebesar 0,076> 0,05. Dengan nilai

signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *Fathonah*memiliki pengaruh yang tidak signifikanterhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini berarti Hipotesis 3 tidak diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *Fathonah* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji.

4. Variabel *Tabligh*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *Tabligh*menunjukkan nilai t = 2,373 dengan nilai signifikansi sebesar 0,019< 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *tabligh* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *tabligh* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Semakin baik sikap *tabligh* yang diberikan pegawai akan semakin tinggi pula kepuasan calon jemaah haji, sebaliknya semakin rendah sikap *tabligh* yang diberikan pegawai semakin rendah pula kepuasan calon jemaah haji.

5. Variabel *tangibles*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *tangibles* menunjukkan nilai t = 4,116 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000< 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa*tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar *tangibles* yang diberikan pegawai akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen,

sebaliknya semakin rendah *tangibles*yang diberikan pegawai semakin rendah pula kepuasan calon jemaah haji.

6. Variabel *empaty*

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *empaty*menunjukkan nilai t = 3,641 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000< 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa *empaty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini berarti Hipotesis 6 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *empaty* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Semakin baik *empaty* yang ada dalam pegawai akan semakin tinggi pula kepuasan calon jemaah haji, sebaliknya semakin rendah *empaty* yang ada dalam pegawai semakin rendah pula kepuasan calon jemaah haji.

4.5.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* seperti pada tabel 4.17

Tabel 4.17

Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894[a]	.653	.624	1.925

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X3, X5, X4, X2

Sumber: Data primer, mei 2014

Dari hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,324. Hal ini berarti 62,4% kepuasan calon jemaah haji

dipengaruhi oleh *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Tangibles,* dan *Empaty.* Sedangkan sisanya 37,6% kepuasan calon jemaah haji dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6. Pembahasan

Dari hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang di ukur dengan menggunakan keenam dimensi *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Tangibles,* dan *Empaty*memiliki lima variabel yang berpengaruh positif dan satu variabel yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan calon jemaah haji. Dan terdapat dua variabel yang tidak signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Untuk lebih lengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

4.6.1. Pengaruh *Shiddiq* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Shiddiq adalah jujur atau berkata benar. Orang yang memiliki sifat *shiddiq*, tidak pernah berkata dusta. Yang diucapkannya selalu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Orang yang memiliki sifat shiddiq merasa selalu diawasi Allah. Keputusan strategis tersebut menyangkut visi/misi, dalam menyusun rencana dan sasaran secara objektif, serta efektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalisasinya di lapangan.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَكُونُواْ مَعَ ٱلصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang- orang yang benar (Jujur)". (QS At Taubah : 119)

Menurut tafsir jalalain tentang at taubah ayat 119 (Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kalian kepada Allah) dengan meninggalkan

perbuatan-perbuatan maksiat (dan hendaklah kalian bersama orang-orang yang benar) dalam hal iman dan menepati janji untuk itu kalian harus menetapi kebenaran.

Sedangkan *siddiq* dalam pelayanan diartikan sebagai keharusan untuk meninggalkan perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan seseorang, baik dirinya sendiri maupun orang lain. Sebagai contoh seorang pegawai melebih-lebihkan atau menutup-nutupi informasi kepada calon membeli. Atau pegawai yang memberikan harga yang tidak sesuai dengan yang semestinya.

Al-Baihaqi meriwayatkan suatu hadis yang langsung diterima dari Rasulullah saw., bahwa beliau bersabda:

إن الصدق ليهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة وإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار، إنه يقال للصادق: صدق وبر، ويقال للكاذب: كذب وفجور، وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقا ويكذب حتى عند الله كذابا

Artinya:

Sesungguhnya kejujuran itu menuntun kepada kebajikan, dan kebajikan menuntun kepada surga, dan sebenarnya kebohongan itu menuntun kepada kefasikan, dan kefasikan membawa kepada neraka. Terhadap orang yang jujur dikatakan: "Ia berlaku benar dan berbuat baik." Sedang kepada orang yang bohong dikatakan: "Ia berbohong dan berlaku fasik." Dan seorang yang jujur segera dituliskan di sisi Allah sebagai seseorang yang sangat jujur; sedang orang yang berbohong segera pula dituliskan di sisi Allah sebagai orang yang sangat pembohong.(H.R. Ibnu Abi Syaibah dan Ahmad dari Asmak binti Yazid, dari Nabi saw.)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Shiddiq*(X1) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Shiddiq*(X1) bernilai 0,025(<0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan ternyata *Shiddiq* berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori dari perasuraman (Tjiptono, 2005:262) yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi jika proses penyampaian jasa dari pemberi jasa terhadap konsumen sesuai dengan apa yang terjadi, sehingga akan berpengaruh terhadap persepsi konsumen.

4.6.2. Pengaruh *Amanah* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. *Amanah* bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Di antara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah. Dan juga merupakan salah satu moral keimanan. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat an-nisa ayat 58:

۞ إِنَّ ٱللَّـهَ يَـأۡمُرُكُمۡ أَن تُـؤَدُّواْ ٱلۡأَمَـٰنَـٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَـكَمۡتُم بَيۡنَ
ٱلنَّاسِ أَن تَحۡـكُمُواْ بِـٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّـهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا
بَصِـيرًا ﴿٥٨﴾

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya

Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (4: 58)

Dalam ayat ini Allah SWT menerangkan kaum Muslimin untuk menunaikan amanah mereka. Pada ayat 58 ini Allah memerintahkan agar menyampaikan "amanat" kepada yang berhak. Pengertian "amanat" pada ayat ini, ialah sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kata "amanat" dengan pengertian ini sangat luas, meliputi "amanat" Allah kepada hamba Nya, amanat seseorang kepada sesamanya dan terhadap dirinya sendiri. Amanat Allah terhadap hamba Nya yang harus dilaksanakan ialah antara lain: melaksanakan apa yang diperintahkan Nya dan menjauhi larangan Nya. Semua nikmat Allah berupa apa saja hendaklah kita manfaatkan untuk taqarrub (mendekatkan diri) kepada Nya. Sesungguhnya Allah mengetahui segala amal perbuatan manusia. Dialah yang mengetahui segala perjanjian yang mereka ikat. Segala ikrar yang mereka sumpahkan, dan mengetahui pula bagaimana mereka memenuhi janji dan sumpah itu.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Amanah*(X2) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Amanah*(X2) bernilai 0,335(>0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan kepada calon jemaah haji kementerian agama kota Malang, beberapa penyebab dari tidak signifikansi variabel *Amanah* ini adalah menurunya kepercayaan

masyarakat untuk menggunakan layanan terdapat dua hal yang mempengaruhi *Amanah.* Yang pertama, pemotongan kuota keberangkatan calon jemaah haji dari tahun 2013 lalu hingga tahun 2016 mendatang sebesar 20 persen. Pemotongan kuota ini menyebabkan antrian keberangkatan hingga 10 tahun, hal ini menyebabkan kekecewaan dari masyarakat sehingga mereka memilih untuk menggunakan alternatif lain yaitu dengan melakukan umroh.Kedua, ada sebagian masyarakat yang memandang keliru terhadap pengelolaan dana setoran awal calon jemaah haji.Setiap tahunnya, penggunaan dana optimalisasi manfaat setoran awal dimanfaatkan untuk menekan biaya penyelenggaraan ibadah haji yang harus dibayar para calon jemaah. (Farida:2011) Dalam Undang-undang Nomor 13/2008 tentang Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) disebut bahwa kegiatan itu bersumber dari tiga komponen, yakni dana setoran dari jemaah haji, anggaran pendapatan belanja negara (APBN), dan dana optimalisasi setoran awal. Dana itu harus dibayar calon jemaah melalui bank yang ditunjuk dan digunakan untuk kepentingan operasional jemaah sendiri. Akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum memahami dalam pengelolaan dana haji terdapat pembiayaan hajiadanya direct cost dan indirect cost. Direct cost merupakan pembebanan biaya haji yang perlu ditanggung oleh calon jemaah haji sendiri sedangkan indirect cost merupakan pembiayaan pada dana optimalisasi seperti makan di Madina, kemudian makan di Arafah Mina, biaya paspor, biaya operasional

di dalam negeri, misalnya jemaah masuk ke asrama haji dan biaya percetakan buku Manasik Haji.

4.6.3. Pengaruh *Fathonah* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pegawai yang *fathanah* artinya pegawai yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong dan memberikan pelayanan yang cepat. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas.

Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Dalam melaksanakan suatu pekerjaan seorang pekerja harus menerapkan nilai fathanah baik secara pandangan Islam maupun secara ekonomi. Hal ini ditujukan untuk mampu memperoleh kualitas dan mutu bekerja yang baik sebagai pekerja.

Dalam al-Qur’an, terdapat banyak sekali ayat yang menekankan pentingnya kegiatan berpikir dan menelaah. Dalam banyak ayat ditegaskan

sejumlah himbauan seperti "*afala ta'qilun*", "*afala yatadabbarun*", "*afala tatafakkarun*", yang berarti, apakah kalian tak memakai akal, apakah kalian tak menelaah, apakah kalian tak berpikir. Ini semua memperlihatkan bahwa berpikir dan menelaah dengan kritis sangat penting kedudukannya dalam Islam.Kata "*afala ta'qilun*" dalam Qur'an disebutkan sebanyak 13 kali, kata "*afala ta'qilun*" yang berarti "apakah kalian tak berpikir", diungkapkan dalam bentuk *fi'il mudhari'*, yakni kata kerja yang menunjukkan masa kini atau masa mendatang. Kata kerja seperti itu mempunyai makna dan nuansa khusus, yakni *tajaddud*, kebaharuan. Dengan kata lain, perintah untuk berpikir itu bukan perintah yang hanya berlaku sekali saja, tetapi terus-menerus, tanpa henti. Dengan kata lain, umat Islam tak boleh berhenti berpikir dan menelaah dengan kritis.

Nilai fathanah adalah salah satu kunci sukses Nabi Muhammad SAW dalam melaksanakan segala aktivitas baik sebagai pekerja maupun pengusaha. Fathanah dalam pandangan secara Islam memiliki arti sebagai kecerdasan dan bijaksanan, sedangkan menurut pandangan secara ekonomi, fathanah memiliki arti profesionalisme.

Penerapan sistem ekonomi yang berbasis Islam sudah seharusnya menerapkan nilai fathanah dalam bekerja. Setiap pekerja yang mengamalkan nilai *fathanah* ini akan mampu menghasilkan sebuah hasil kerja yang baik. Hafidhuddin (2003:70) menyatakan bahwa implikasi ekonomi sifat *fathanah* adalah segala aktivitas dalam manajemen suatu

perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi yang ada untuk mencapai tujuan.

Seorang pekerja yang professional tidak hanya cukup memiliki kejujuran dan bertanggung jawab. Dalam aspek ekonomi pengamalan nilai fathanah ini dapat memunculkan kreativitas dan inovasi dalam diri pekerja saat melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Kreativitas dan inovatif hanya memiliki ketika seorang berusaha menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum (Agustian, 2001:56).

Seorang pekerja yang memiliki nilai kreativitas dan inovasi disertai dengan rasa tanggung jawab yang tinggi akan mampu melaksanakan semua kegiatan dalam bekerja dengan baik. Tipe pekerja yang demikian ini akan mampu menjelma menjadi seorang yang professional dalam bekerja. Secara tidak langsung juga mampu melaksanakan nilai fathanah berdasarkan pandangan Islam dan pandangan ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Fathanah* (X3) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Fathanah* (X3) bernilai 0,076(>0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan kepada calon jemaah haji Kementerian Agama kota Malang.Beberapa penyebab dari tidak signifikannya variabel *fathonah* ini adalah kurang sikap kecerdasan,

ketanggapan,pemahamanpegawai dalam memberikan layanan kepada calon jemaah haji sehingga mereka sering kebingungan dalam alur pendaftaran haji.

Pernyataan tersebut didukung pula dengan argumen dari responden yang telah diwawancarai pada tanggal 15 juli 2013, responden yang telah mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti mengungkapkan bahwa mengalami kesulitan dan kebingungan saat berkomunikasi dengan pegawai terutama pada siswa PKL. Misalkan dengan proses pendaftaran, pengisian SPPH, hingga pencetakan SPPH masih memiliki rasa takut akan terjadi kesalahan yang mengakibatkan gagalnya keberangkatan mereka untuk ibadah haji. Akan tetapi beberapa responden memaklumi dengan hadirnya siswa PKL baru yang masih tidak mengetahui banyak tentang proses dari pendaftaran calon jemaah haji. Sehingga hal ini yang menyebabkan nilai signifikansi melebihi 0,05 atau tidak signifikan.

4.6.4. Pengaruh *tabligh* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Sifat *tabliqh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh,* akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bial-hikmah).* Seorang pegawai haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misi instansinya dengan kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguraguan. Dalam hal ini perilaku para pegawai harus membuat konsumen

tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberian pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

لِّيَعْلَمَ أَن قَدْ أَبْلَغُوا۟ رِسَٰلَٰتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَىٰ كُلَّ شَىْءٍ عَدَدًا ﴿٢٨﴾

"*Supaya Dia mengetahui, bahawa sesungguhnya rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu."* (QS Al-Jin: 28)

Dalam ayat ini Allah menyatakan sebab-sebab penjagaan yang sangat rapi itu, yaitu Ia menjaga rasul-rasul-Nya agar mereka dapat menjalankan tugas mereka dengan sempurna dan agar terpelihara dengan

baik wahyu-wahyu yang disampaikan kepada mereka dan agar dapat dibuktikan dengan pasti bahwa para rasul itu telah menyampaikan risalah Tuhan mereka kepada manusia dengan sebaik-baiknya.

Seterusnya Allah menjelaskan bahwa ilmu-Nya meliputi apa yang diketahui oleh malaikat-malaikat pengawas dan mengetahui juga apa yang telah ada dan yang akan ada satu persatu. Dia mengetahui segala sesuatu secara sempurna, tidak ada persamaan. Malaikat itu adalah perantara yang menyampaikan ilmu-ilmu-Nya kepada para rasul.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Tabligh*(X4) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Tabligh*(X4) bernilai 0,019(<0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan ternyata *Tabligh* berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori dari perasuraman (Tjiptono, 2005:262) yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi jika proses penyampaian jasa dari pemberi jasa terhadap konsumen sesuai dengan apa yang menjadi persepsi konsumen.Dimensi tersebut perlu diperhatikan dengan baik agar tidak terjadi kesenjangan antara pemberi jasa dengan penerima jasa.

4.6.5. Pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan

keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Rasulullah SAW pernah menyatakan *"Innallaha jamilun yuhibbul jamal"* Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan Dia menyukai keindahan. Dengan menjaga fasilitas fisik agar terjaga keindahan, kebersihan, dan kerapiannya, akan membuat orang yang berada disana merasa tenang dan nyaman.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Tangibles*(X5) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Tangibles*(X5) bernilai 0,000(<0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan ternyata *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori dari perasuraman (Tjiptono, 2005:262) yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi jika proses penyampaian jasa dari pemberi jasa terhadap konsumen sesuai dengan apa yang menjadi persepsi konsumen. Dimensi tersebut perlu diperhatikan agar tidak terjadi kesenjangan antara pemberi jasa dengan penerima jasa.

4.6.6. Pengaruh *Empaty* terhadap kepuasan calon jemaah haji

Empaty yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan harus "kalah" dan harus "mengiyakan" pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan. Hal ini menyangkut apa yang dirasakan konsumen ketika berkomunikasi dengan karyawan.

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengajn pelayanan lembaga. Kesediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa variabel *Empaty* (X6) yang ada pada pegawai Kementerian Agama bagian penyelenggaraan haji dan umroh secara persial berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan calon jemaah haji. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan *Empaty* (X5) bernilai 0,000(<0,05).

Dari penelitian yang telah dilakukan ternyata *Empaty* berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori dari perasuraman (Tjiptono, 2005:262) yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi jika proses penyampaian jasa dari pemberi jasa terhadap konsumen sesuai dengan apa yang menjadi persepsi konsumen. Dimensi tersebut perlu diperhatikan agar tidak terjadi kesenjangan antara pemberi jasa dengan penerima jasa.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN