

**PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI CALON JEMAAH HAJI (CJH)
DI KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) AR ROHMAH
PURWOREJO JAWA TENGAH**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**

Disusun Oleh:

Nurul Larastuti

NIM 15240068

Pembimbing:

Early Maghfiroh Innayati, S.Ag, M.Si.

NIP. 19741025 199803 2 001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-981/Un.02/DD/PP.05.3/04/2019

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
CALON JAMAAH HAJI (CJH) DI KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH)
AR-ROHMAH PURWOREJO JAWA TENGAH**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nurul Larastuti
NIM/Jurusan : 15240068/MD
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 11 April 2019
Nilai Munaqasyah : 92 (A -)

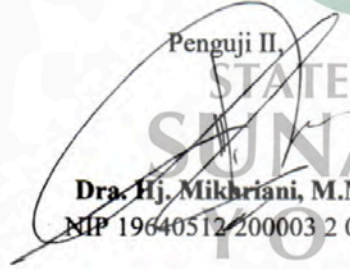
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

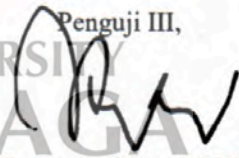
Ketua Sidang/Penguji I,


Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag, M.Si.
NIP 19741025 199803 2 001

Penguji II,


Dra. Hj. Mikhriani, M.M.
NIP 19640512 200003 2 001

Penguji III,


Maryono, S.Ag. M.Pd.
NIP 19701026 200501 1 005



Yogyakarta, 29 April 2019
Dekan,


Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP 19600310 198703 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856 fax. (0274)
552230 Yogyakarta 55281 Email: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Nurul Larastuti

NIM : 15240068

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Calon Jamaah Haji (CJH) DI Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Maret 2019

Mengetahui,
Ketua Prodi MD

Dosen Pembimbing



Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si
NIP. 19670104 199303 1 003

Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si.
NIP. 19741025 199803 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Larastuti

NIM : 15240068

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Calon Jamaah Haji (CJH) Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka peneliti siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 Maret 2019
Yang menyatakan,



Nurul Larastuti
NIM 15240068

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

لَا نَبِيَّ مِنۢ بَعْدِي ۚ قُلُوبُ بَنِي آدَمَ خَدَنُوا رَبَّهُمْ
أَلَّا يَشْكُرُوا ۚ وَكَانَ أَكْثَرُهُمۡ جَاهِلِينَ

“Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya.
Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah
orang-orang yang mempunyai akal.”

(Q.S. Az-Zumar: 18)¹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Al-Qur'an, 39:18, terjemah ayat Al-Qur'an diambil dari Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Solo: PT. Tiga Serangkai 2017).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah, rahmat dan inayah-Nya. Sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah Haji (CJH) Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah” guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1 (S1) Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan ummat-Nya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaiannya. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi MA., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Hj. Nurjannah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Drs. M. Rasyid Ridla, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Hj. Early Maghfiroh Innayati, S.Ag, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan waktu, motivasi, semangat, masukan saran dan membimbing dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.

5. Dosen Program Studi Manajemen Dakwah yang telah mencurahkan ilmu serta membimbing dalam perkuliahan.
6. Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Manajemen Dakwah.
7. Pimpinan dan karyawan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah yang telah memberikan izin penelitian dan memberikan data-data jamaah haji.
8. Jamaah haji Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah yang telah membantu peneliti dalam mengadakan penelitian.
9. Orang tua saya tercinta Bapak Suyadi dan Ibu Siti Khoiriyah yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun material secara ikhlas, dukungan lahir batin, kekuatan do'a yang terus dipanjatkan tiada henti untuk semua kesuksesan yang telah dicapai.
10. Kakakku , Dini Kurniawati dan adikku, Rachma Fadila yang selalu menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi saya.
11. Sahabat-sahabat Manajemen Dakwah Angkatan 2015 (Medali Revolusi) yang menjadi tempat bertukar pikiran dan tempat saya berproses dari awal perkuliahan hingga sekarang.
12. Oktavinda Dwi Ayu Giyanti, Hasti Widayati, Ratih Meika dan Rosyada Nur Afiah yang telah bersama-sama berproses bersama dari awal kuliah hingga semester akhir ini terutama dalam proses pengerjaan skripsi.
13. Teman-teman KKN kelompok 105 yang telah memberikan dukungan dan do'a untuk pengerjaan skripsi saya.

14. Seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada skripsi ini tentu masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki penelitian ini. Hanya kepada kami memohon ampun dan kepada-Nya kami memohon petunjuk dan pertolongan. Semoga bermanfaat, aamiin.

Yogyakarta, 25 Maret 2019

Nurul Larastuti
NIM: 15240068



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Nurul Larastuti (15240068). Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Calon Jamaah Haji (CJH) di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah. Skripsi. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi terhadap keputusan menjadi jamaah haji di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *probably sampling* dengan teknik *simple random sampling*, dimana dalam penelitian sampel dilakukan secara acak. Untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, uji asumsi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian yang diolah dengan program SPSS Versi 16.0 *for windows* menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,399 artinya 39,9% keputusan jamaah haji dipengaruhi oleh variabel citra lembaga dan lokasi. Sedangkan sisanya 60,1% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya citra lembaga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi citra lembaga ($0,322 > 0,05$) artinya citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo. Sedangkan nilai signifikansi lokasi ($0,000 < 0,05$) artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo.

Kata kunci: Citra Lembaga, Lokasi, Keputusan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang.....	3
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan.....	7
E. Kajian Pustaka	8

F. Kajian Teori	11
G. Hipotesis Penelitian	23

BAB II METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	25
B. Objek dan Subjek Penelitian	25
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
D. Populasi dan Sampel Penelitian	28
E. Sumber Data	30
F. Instrumen Penelitian	31
G. Teknik Pengumpulan Data	33
H. Validitas dan Reliabilitas	34
I. Analisis Data	35

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat KBIH Ar-Rohmah	40
B. Letak Geografis KBIH Ar-Rohmah	41
C. Visi dan Misi KBIH Ar-Rohmah	42
D. Struktur Organisasi KBIH Ar-Rohmah	43
E. Materi Bimbingan Manasik Haji	44
F. Jadwal Bimbingan Manasik Haji	45
G. Sarana dan Prasarana KBIH Ar-Rohmah	49

H. Kondisi Kantor KBIH Ar-Rohmah	50
I. Data Jamaah KBIH Ar-Rohmah	51
BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
B. Analisis Deskriptif Responden.....	59
C. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	62
D. Hasil Uji Asumsi Prasyarat	66
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
F. Hasil Uji Hipotesis	71
G. Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jamaah	4
Tabel 1.2 Ringkasan Peneliti Terdahulu	11
Tabel 2.1 Instrumen Penelitian Variabel Citra Lembaga.....	32
Tabel 2.2 Instrumen Penelitian Variabel Lokasi.....	32
Tabel 2.3 Instrumen Penelitian Variabel Keputusan.....	33
Tabel 3.1 Jadwal manasik Haji Tahun 2019	46
Tabel 3.2 Data Jamaah	51
Tabel 4.1 Jumlah Pernyataan Angket.....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Lembaga	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Lembaga	63
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi	64

Tabel 4.12 Jarak Antar Rumah Responden dengan Lokasi Lembaga	64
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan	65
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.16 Uji Heteroskesastisitas	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hubungan Citra Lembaga dan Lokasi dengan Keputusan	23
Gambar 3.1 Struktural Organisasi KBIH Ar-Rohmah	43
Gambar 4.1 Scatterplot	68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan maksud dari skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Jamaah Haji di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah Tahun 2018”, maka peneliti perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul sebagai berikut :

1. Pengaruh

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, kata pengaruh bermakna daya yang ada atau daya yang timbul dari sesuatu (orang, benda, dsb) yang berkuasa atau berkekuatan (gaib, dsb).¹ Jadi yang disebut pengaruh dalam penelitian ini adalah daya yang timbul dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Citra Lembaga

Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.² Maksud dari citra lembaga dalam skripsi ini adalah persepsi yang berkembang dalam

¹Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed.3, cet ke-3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 849.

²Frisan Nova, *CRISIS Publik Relations, Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm.306.

benak publik mengenai realita KBIH Ar Rohmah sebagai lembaga untuk mempermudah calon jamaah untuk melaksanakan ibadah haji.

3. Lokasi

Lokasi (*Place*) adalah tempat dimana serangkaian organisasi terkait dalam keseluruhan kegiatan yang dilakukan serta dimanfaatkan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen.³ Definisi tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dapat menggunakan sebuah manajemen yang berperan sebagai perantara untuk menyalurkan produknya kepada konsumen akhir yang letaknya strategis. Adapun yang dimaksud lokasi dalam penelitian ini adalah tempat yang berada disuatu daerah digunakan mendirikan toko untuk beroperasi.

4. Keputusan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata keputusan berarti perihal yang berkaitan dengan putusan segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dsb); ketetapan, sikap terakhir (langkah yang harus dijalankan).⁴ Adapun maksud keputusan dalam penelitian ini adalah suatu proses menentukan pilihan untuk menjadi jamaah di KBIH ArRohmah Purworejo.

5. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji(KBIH) Ar Rohmah Purworejo

Lembaga ini sebagai wahana beribadah kepada Allah SWT, di mana bentuk perwujudannya adalah melalui pemberian layanan secara

³C. Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Jakarta: Salemba, 2010), hlm. 86.

⁴Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 914.

profesional kepada umat yang akan melaksanakan Ibadah Haji dan Umrah agar sesuai dengan hajinya Rasulullah SAW.

Berdasarkan penjelasan tersebut, judul yang dimaksud secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah pengaruh citra lembaga dan lokasi mengenai realita KBIH Ar Rohmah sebagai lembaga yang memberikan pelayanan secara profesional kepada umat yang akan melaksanakan ibadah Haji dan Umroh. Selain itu juga, membahas kegiatan yang dilakukan oleh lembaga untuk menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan produk-produk yang ditawarkan KBIH Ar Rohmah terhadap proses penentuan pilihan untuk menjadi jamaah KBIH Ar Rohmah.

B. Latar Belakang

Secara bahasa, haji berarti berkunjung ke suatu tempat yang mulia. Adapun dalam istilah syariat, haji bermakna mengunjungi Baitullah pada waktu tertentu sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.⁵ Sedangkan menurut Undang-Undang, haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang mampu menunaikannya.⁶

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) merupakan mitra kerja pemerintah dalam memudahkan untuk melaksanakan bimbingan ibadah haji. KBIH memiliki fungsi untuk memberikan pendidikan dan pembinaan kepada calon jamaah haji, sehingga jamaah diharapkan mampu menguasai teori serta

⁵Ahmad Mufid, *Panduan Do'a Haji & Umrah*, (Yogyakarta: PT. Suka Buku, 2015), hlm. 16.

⁶Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 <https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU1308.pdf>

praktik pelaksanaan ritual haji. Peningkatan bimbingan ibadah haji merupakan bagian dari sebuah pembinaan, pelayanan dan perlindungan kepada jamaah yang menjadi salah satu tugas pemerintah sebagaimana amanat Undang-Undang nomor 34 tahun 2014 tentang penyelenggaraan ibadah haji.

Sorotan masyarakat terhadap penyelenggaraan ibadah haji belakangan ini semakin meningkat. Melihat antusias jamaah haji Indonesia menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih jauh keberadaannya khususnya melihat peran KBIH sebagai unsur resmi pemerintahan dalam membantu penyelenggara ibadah haji yang bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan yang sebaik-baiknya bagi jamaah haji. Dengan melihat minat calon jamaah haji yang begitu besar menjadikan peluang tersendiri bagi KBIH untuk berperan dalam menjaring jamaah. Berikut data jamaah 5 tahun terakhir di KBIH Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah:⁷

Tabel 1.1

Data Jamaah

No	Tahun	Jumlah Jamaah
1	2015	118
2	2016	131
3	2017	204
4	2018	158
5	2019	157

Sumber: Arsip KBIH Ar Rohmah Tahun 2019

⁷ Dokumen KBIH Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah pada tanggal 19 Maret 2019 pukul 10.00 s.d selesai.

Berdasarkan data diatas tahun 2015 berjumlah 118 jamaah haji, tahun 2016 berjumlah 131 jamaah haji, tahun 2017 berjumlah 204 jamaah haji, tahun 2018 berjumlah 158 jamaah haji dan tahun 2019 berjumlah 157 jamaah haji. Hal ini menunjukkan jumlah jamaah yang fluktuatif dan membuat KBIH Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah terus meningkatkan kualitas yang ada.

Sama seperti lembaga profit lainnya, untuk menarik calon jamaah haji KBIH dalam memberikan pelayanan dan kepercayaan pada jamaah tidak terlepas dari kondisi persaingan yang semakin tinggi dari beberapa KBIH lainnya. Sebuah KBIH dalam meyakinkan jamaah tidak terlepas dari beberapa faktor seperti, pelayanan, sertifikasi kelembagaan, citra, lokasi, promosi dan informasi dari berbagai phak tentang kelangsungan KBIH.

KBIH Ar Rohmah Purworejo bisa dikatakan lembaga KBIH yang berdiri sejak 18 tahun yang lalu dengan sebelumnya lembaga kursus bahasa Inggris. Pada tahun 2018 jumlah jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo sebanyak 137 jamaah.⁸ Sebagai mitra pemerintah, KBIH Ar Rohmah tentunya memiliki kesan tersendiri bagi jamaah maupun calon jamaah haji di Purworejo. Menurut salah satu jamaah haji 2018, Ibu Falin, mengatakan :

“Kalo ibu bapa saya kan ikut KBIH ini, dari mulut ke mulut juga bagus. Karena ibu saya milih sini ya saya jadi ikut. Pelayanannya bagus, hotelnya juga bagus, beli pulsa juga dilayani, dari hal sedetail mungkin dilayani dengan baik. Pengennya saya nanti umroh disini Dulunya kan disini juga lembaga kursus bahasa inggris. Saya ikut les ini, jadi saya disini kaya gimana gitu, udah tau dari dulu”⁹

⁸Dokumen Arsip KBIH Ar Rohmah Purworejo, 02 November 2018.

⁹Wawancara ibu Falin, Salah satu jamaah haji 2018 KBIH Ar-Rohmah Purworejo, pada tanggal 30 September 2018.

Jumlah jamaah untuk setiap KBIH tidaklah sama, sangat bergantung pada kepercayaan calon jamaah haji didalam memilih KBIH tersebut. Fenomena yang terjadi hingga saat ini, calon jamaah memilih karena aktor pengalaman dari alumni jamaah haji yang telah menggunakan jasa KBIH tersebut berdasarkan penawaran dan pelayanan yang diberikan. Maka pengetahuan terhadap penilaian jasa yang diberikan KBIH terhadap calon jamaah haji bisa menyebabkan KBIH memiliki nilai di masyarakat. Penilaian KBIH yang terbentuk dari persepsi calon jamaah haji akan berpengaruh terhadap citra KBIH itu sendiri. Bukan hanya KBIH, tetapi setiap lembaga atau organisasi pasti memiliki citra yang terbentuk dari pengetahuan masyarakat.

Frank Jeffkins dalam Soleh Soemirat, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.¹⁰ Citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Dampak peringkat citra yang berlainan tersebut terhadap keberhasilan kegiatan bisnis dan pemasaran produk akan berbeda. Citra buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasi bisnis lembaga dan juga dapat melemahkan kemampuan suatu lembaga untuk bersaing. Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset yang sangat penting karena citra mempunyai suatu dampak persepsi konsumen dan operasi organisasi dalam berbagai hal.

¹⁰Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 114.

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi terbentuknya citra lembaga di masyarakat adalah mudah atau tidaknya akses jalan untuk menuju lokasi lembaga. Lokasi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produknya dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen.¹¹ Lokasi memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam menemukan pasar sasaran. Pada umumnya setiap lembaga pasti memilih tempat yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. KBIH Ar Rohmah merupakan salah satu lembaga yang lokasinya berada di tengah kota, tetapi memiliki akses jalan yang dapat dibilang masih kurang baik untuk dilewati karena memiliki letak yang berada di gang buntu.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Calon Jamaah (CJH) di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Ar Rohmah Purworejo.”

C. Rumusan Masalah

1. Apakah citra lembaga dan lokasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo?
2. Apakah citra lembaga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo?

¹¹Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terjemahan oleh Damos Sihombing, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 123.

3. Apakah lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

- a. Mengetahui pengaruh citra lembaga dan lokasi terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo.
- b. Mengetahui pengaruh citra lembaga terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo.
- c. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo.

2. Kegunaan

- a. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang citra lembaga dan lokasi pada KBIH Ar Rohmah Purworejo
- b. Bagi KBIH Ar Rohmah Purworejo diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan serta bahan evaluasi bagi KBIH Ar Rohmah Purworejo terkait citra lembaga dan lokasi dalam meningkatkan jumlah jamaah haji.

E. Kajian Pustaka

1. Skripsi yang dilakukan oleh M. Syaiful Mu'alim Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri

Sunan Kalijaga, yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta Tahun 2016.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya promosi dan citra lembaga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan untuk menjadi jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi promosi ($0,000 < 0,05$) dan citra lembaga ($0,000 < 0,05$), artinya promosi dan citra lembaga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta.¹²

2. Skripsi yang dilakukan oleh Fitriani Aulia Insani, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta”, dimana pada penelitiannya menggunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,573 artinya 57,3% minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel citra lembaga sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.¹³

¹²M. Syaiful Mu'alim, *Pengaruh Promosi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta Tahun 2016*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), hlm. ix.

¹³Fitriani Aulia Insani, *Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta*,

3. Skripsi yang dilakukan oleh Vivi Laili Syufaati, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Pengaruh Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina).” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,189 artinya 18,9% keputusan pembelian di toko Maccadina dipengaruhi oleh variabel produk, lokasi dan fasilitas sedangkan sisanya sebesar 81,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.¹⁴
4. Jurnal yang dilakukan oleh Hanifah Nur’aini dan M. Rasyid Ridla, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat *Muzakki* Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta).” Hasil penelitian yang diolah dengan program *SPSS Versi 17.0 For Windows* menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,747 artinya 74,7% minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi di PKPU Cabang Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas sedangkan sisanya sebesar 25,3 % dipengaruhi oleh

Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

¹⁴Vivi Laili Syufaati, *Pengaruh Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina)*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini seperti faktor biologis, faktor psikologis, dan faktor sosio kultural.¹⁵

Tabel 1.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel	Hasil
1.	Pengaruh Promosi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta Tahun 2016.	Promosi, Citra Lembaga dan Keputusan	Variabel promosi dan citra lembaga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan untuk menjadi jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta.
2.	Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta	Citra Lembaga dan Minat	Variabel minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel citra lembaga.
3.	Pengaruh Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina)	Produk, Lokasi, Fasilitas dan Keputusan Pembelian	Variabel keputusan pembelian di toko Maccadina dipengaruhi oleh variabel produk, lokasi dan fasilitas
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta).	Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga, Religiusitas dan Minat.	Variabel minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi di PKPU Cabang Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas

Secara keseluruhan penelitian yang peneliti lakukan memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Hanya saja terdapat perbedaan penelitian diatas dengan penelitian penulis ialah terletak pada lokasi penelitian, dimensi waktu penelitian, jumlah responden dan

¹⁵Hanifah Nur'aini dan M. Rasyid Ridla, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)*, Jurnal (Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

beberapa variabel penelitiannya. Didalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai citra lembaga dan lokasi yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo.

F. Kajian Teori

1. Tinjauan Tentang Citra Lembaga

a. Pengertian Citra Lembaga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian citra adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.¹⁶ Frank Jeffkins dalam Soleh Soemirat, menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.¹⁷

Menurut Kotler dalam Firsan Nova, pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik

¹⁶Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm.216.

¹⁷Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 114.

mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu.¹⁸ Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang mengenai realita dari perusahaan yang muncul dari pengetahuan dan pengalamannya.

b. Elemen Citra Lembaga

Menurut Shirley Harrison dalam Imam Mulyana Dwi Suwandi “Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran” informasi lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:¹⁹

- 1) Karakteristik, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggungjawab sosial.
- 2) Reputasi, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) Nilai, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) Identitas Perusahaan, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

¹⁸Firсан Nova, *CRISIS Publik Relations, Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 298-299.

¹⁹Shirley Horrison, *Public Relation: An Introduction*, (New York: Cengage Learning EMEA, 2010), hlm. 71.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi citra lembaga

Citra perusahaan memiliki lima faktor yang mempengaruhinya seperti yang dirumuskan oleh LeBlanc dan Nguyen yang mana kelima dimensi tersebut secara rinci terdiri dari:²⁰

- 1) Identitas Perusahaan (*Corporate Image*) merupakan karakteristik (kepribadian) dan ciri-ciri khusus yang melekat pada perusahaan, seperti nama, logo, harga yang ditawarkan, level, dan kualitas iklan yang mudah dipahami oleh konsumen..
- 2) Reputasi Perusahaan (*Corporate Reputation*) merupakan jaminan akan kualitas pelayanan dari perusahaan, yang merupakan bentuk dari tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu. Reputasi berkaitan dengan jaminan akan pelayanan yang handal, dan tidak ada kegagalan/cacat (*Zero Defect*). Reputasi perusahaan selalu dijadikan sebagai pertimbangan oleh konsumen untuk memutuskan menggunakan pelayanan yang sama di waktu yang akan datang, hal ini dikarenakan reputasi perusahaan merefleksikan kredibilitas perusahaan yang dapat dipercaya.
- 3) Pelayanan yang ditawarkan (*Service Offering*) merupakan bentuk tindakan dari perusahaan yang berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen seperti menyediakan

²⁰Rifyal Dahlawy Chalil, “Peran Keterlibatan konsumen Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan Pada Loyalitas Jasa”, tesis tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2012), hlm. 24-26.

berbagai kemudahan-kemudahan yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan transaksi diperbankan.

4) Lingkungan fisik (*Physical Environment*) merupakan kondisi lingkungan pada saat jasa diproduksi oleh konsumen yang dapat mendukung kenyamanan konsumen selama menggunakan jasa perusahaan. Kondisi lingkungan dapat berupa tampilan tata ruang yang menarik, tampilan karyawan, fasilitas ruangan yang baik, suasana yang nyaman, dan lainnya. Lingkungan fisik sangat mendukung komunikasi yang dilakukan perusahaan terkait dengan citra yang akan dibentuk.

5) Hubungan perseorangan (*Contact Personnel*) merupakan bentuk interaksi yang dilakukan oleh para karyawan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sangat bergantung dari cara penyampaian pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Pelayanan yang baik, profesional dan penuh kesungguhan merupakan kunci utama dari kualitas pelayanan yang disampaikan.

2. Tinjauan lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen.²¹

²¹Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, hlm. 123.

Definisi tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dapat menggunakan sebuah manajemen yang berperan sebagai perantara untuk menyalurkan produknya kepada konsumen akhir yang letaknya strategis. Lokasi memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam menemukan pasar sasaran. Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo cukup strategis karena berada ditengah kota, tetapi memiliki akses jalan yang dapat dibilang masih susah untuk dilewati karena memiliki letak yang berada di Gang buntu.

b. Dimensi Lokasi

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tciptono adalah: ²²

- 1) Akses, adalah kemudahan bagi konsumen untuk masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini mempunyai dua tahap, yaitu:

- a) Analisi makro

Analisis makro mempertimbangkan area perdagangan primer, seperti area dua hingga tiga mil disekitar lokasi tersebut. Untuk menaksir aksesibilitas lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola-pola jalan, kondisi jalan, dan hambatan-hambatan.

²²Fandy Ciptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi 2014), hlm. 159.

b) Analisi mikro

Analisis mikro berkonsentrasi pada masalah-masalah menyangkut lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian dan jalan masuk atau jalan keluar.

- 2) Visibilitas, visibilitas yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman

Menurut C. Whidya Utami pemilihan lokasi ritel adalah sebuah keputusan yang sangat strategis. Sekali lokasi dipilih, pemilik ritel harus menanggung semua konsekuensi dari pilihan tersebut. Dalam membuat keputusan dalam pemilihan lokasi, pemilik ritel memikirkan tiga tingkatan yaitu :²³

- a) Daerah merujuk pada suatu daerah, bagian dari suatu daerah, kota tertentu, atau *Metropolitan Statisical Area* (MSA)
- b) Area perdagangan adalah area geografis yang berdekatan yang memiliki mayoritas pelanggan dan penjualan sebuah toko, mungkin bagian sebuah kota tersebut, tergantung pada tipe-tipe toko dan intensitas dari para pelanggan potensial disekitarnya.
- c) Tempat yang lebih spesifik dan khusus.

²³C. Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, hlm. 141.

3. Tinjauan tentang Keputusan

a. Pengertian

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah.²⁴ Keputusan konsumen merupakan sikap konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya.

Menurut Kotler dan Gary, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan, yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen.²⁵

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan.²⁶

b. Proses pengambilan keputusan

²⁴Boyd. dkk., *Manajemen Pemasaran, terj. Imam Nurmawan, cet ke-2*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 120.

²⁵Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Prehalindo, 2001), hlm. 165.

²⁶Schiffman Leon dan Kanuk Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen Edisi 7, terj. Zoekifli Kasip*, (Jakarta: PT.Indeks, 2008), hlm. 485.

Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan-tahapan, proses tersebut merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian yang terdiri dari atas lima tahap, yaitu: ²⁷

1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai waktu pembeli mengenal masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan yang diidamkannya. Beragam dan banyaknya perbedaan antara kebutuhan setiap konsumen menuntut pemasar agar dapat melakukan penilaian dan identifikasi pada saat tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen sehingga dapat mengetahui apa dan bagaimana masalah atau kebutuhan konsumen dan kapan konsumen membutuhkan solusi atas permasalahan.

2) Pencarian informasi

Tahap pertama ketika konsumen mengetahui dan menyadari masalah atau kebutuhannya maka konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai solusi atas permasalahan atau kebutuhan tersebut. Melakukan pencarian informasi dilakukan konsumen untuk mengetahui dengan lebih jelas solusi terbaik atas masalah atau kebutuhannya tersebut. Sumber utama konsumen ketika melakukan pencarian informasi dibagi menjadi empat kelompok, yaitu:

²⁷Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, hlm. 118

- a) Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b) Sumber Komersil : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pameran.
- c) Sumber publik : media massa, lembaga konsumen.
- d) Sumber pengalaman : penanganan, pengamatan, dan penggunaan produk.

Secara relatif pengaruh sumber informasi ini bervariasi menurut kategori produk dan ciri-ciri pembeli. Biasanya, konsumen menerima banyak informasi tentang produk dari sumber-sumber yang paling efektif adalah sumber pribadi. Setiap sumber mungkin memiliki pengaruh yang berlainan terhadap keputusan pembelian. Sumber informasi komersial biasanya memberi penjelasan, sedangkan sumber informasi tentang produk atau jasa dari pengalaman selama menggunakan produk atau jasa.

3) Evaluasi alternatif

Setelah selesai dengan melakukan pencarian informasi konsumen memiliki berbagai pilihan dan alternatif sebagai solusi dari masalah atau kebutuhannya. Berbagai sumber informasi dan referensi dijadikan bahan penilaian konsumen untuk mengambil keputusan dari alternatif-alternatif yang ada. Kotler merumuskan beberapa konsep dasar yang membantu untuk memahami proses evaluasi :

- a) Konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan.
- b) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- c) Konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk mengantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

4) Keputusan pembelian

Tahap evaluasi membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya. Konsumen akan menciptakan hasrat pembelian, umumnya para konsumen akan membeli barang-barang yang paling disukai. Namun demikian, dua faktor bisa timbul diantara pembelian dan keputusan pembelian yakni:

- a) Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain akan mengubah alternatif pilihan seseorang tergantung pada dua hal: 1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan konsumen, dan 2) motivasi konsumen untuk memenuhi harapan-harapan orang lain. Semakin negatif atau semakin positif sikap orang lain itu dengan konsumen, konsumen akan semakin menyesuaikan hasrat pembeliannya terhadap sikap orang lain, baik menurun atau meningkat.
- b) Faktor kedua adalah situasi yang tak disangka-sangka. Konsumen menciptakan hasrat pembelian berdasarkan pada

faktor-faktor seperti pendapatan keluarga, harga dan manfaat produk sesuai harapannya. Namun, faktor situasi yang diharapkan bisa merubah hasrat pembelian.

5) Tingkah laku pasca pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Disamping itu juga akan melakukan beberapa kegiatan setelah membeli produk yang dapat menarik pemasar. Tugas pemasar tidak cukup sampai disini tetapi akan terus berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian. Artinya, jika produk memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, jika produk melebihi dari apa yang diharapkan maka konsumen merasa sangat puas, dan jika produk berada dibawah yang diharapkan maka konsumen akan merasa tidak puas. Karenanya bagi pemasar tidak bisa cepat puas ketika konsumen telah melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, tetapi yang lebih penting bagaimana mengamati perilaku pasca pembelian konsumen yaitu kepuasan pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian.

4. Hubungan Citra Lembaga, Lokasi dan Keputusan

Dalam proses pembentukan citra seperti yang diungkapkan oleh John S. Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen yaitu stimulus/rangsang-persepsi-kognisi-motivasi-sikap-

respon/perilaku, citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut.²⁸

Sikap mengandung tiga unsur yaitu kognitif, afektif, dan konatif (tindakan). Dengan demikian pembentukan citra lembaga oleh individu berkaitan dengan faktor emosional yang ada dalam diri seseorang. Jika kesan yang diperoleh seseorang mengenai KBIH Ar Rohmah Purworejo yang profesional, pelayanan prima dan sesuai kebutuhan yang diharapkan memberikan daya dorongan atau motivasi seseorang untuk memutuskan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo.

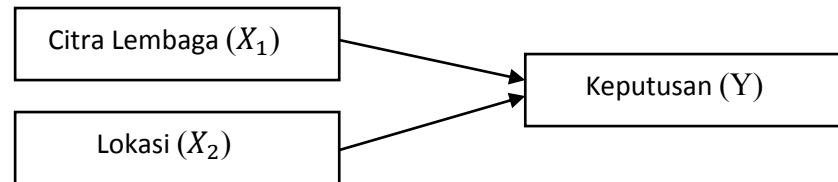
Selain produk, Lokasi juga termasuk faktor yang mempengaruhi jamaah untuk memutuskan memilih jasa di KBIH. Hal yang dipertimbangkan oleh jamaah adalah jarak kedekatan lokasi kantor antar tempat tinggal jamaah dengan. Kotler menyatakan kunci sukses bisnis adalah lokasi. Ini mencerminkan pentingnya pemilihan lokasi yang tepat.²⁹ Jika citra lembaga dan lokasi sudah tertata baik dan membuat jamaah nyaman maka akan berpengaruh terhadap minat untuk menjadi jamaah.

Berdasarkan uraian diatas, dapat digambarkan hubungan antara citra lembaga dan lokasi dengan keputusan menjadi jamaah haji sebagai berikut:

²⁸ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relation*, hlm. 114-115.

²⁹ Kotler, Phillip, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi*. (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 14.

Gambar 1.1
Hubungan Citra Lembaga dan Lokasi dengan Keputusan



G. Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Mayor

Adalah hipotesis mengenai kaitan seluruh variabel dan seluruh subjek penelitian.³⁰ Adapun hipotesis mayor dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan citra lembaga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah (H1).

2. Hipotesis Minor

Adalah hipotesis mengenai kaitan sebagian dari variabel, atau dengan kata lain pecahan dari hipotesis mayor.³¹ Adapun hipotesis minor dalam penelitian ini adalah :

- a. Hipotesis minor pertama: terdapat pengaruh secara positif dan signifikan citra lembaga terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo (H2)
- b. Hipotesis Minor kedua: terdapat pengaruh secara positif dan signifikan lokasi terhadap keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo (H3)

³⁰Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif Suatu Pengantar*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 26.

³¹*Ibid.*, hlm. 26.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

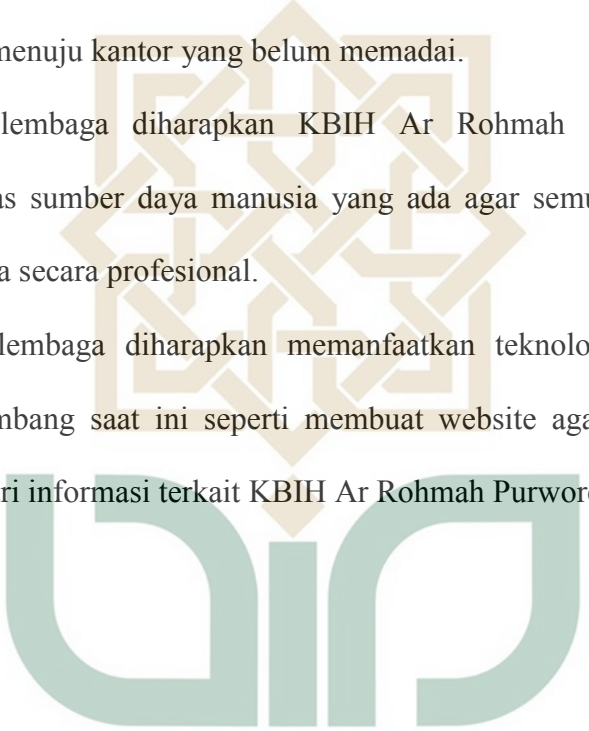
Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra lembaga dan lokasi terhadap keputusan menjadi jamaah haji di KBIH Ar Rohmah Purworejo. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini dengan bantuan *SPSS 21.0 For Windows* maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,322 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H₂ ditolak bahwa citra lembaga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H₃ diterima bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor atau uji F diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan H₁ diterima, bahwa citra lembaga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi jamaah.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi lembaga diharapkan dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang menunjang segala kegiatan yang ada di KBIH Ar Rohmah seperti akses jalan menuju kantor yang belum memadai.
2. Bagi lembaga diharapkan KBIH Ar Rohmah dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada agar semua karyawan mampu bekerja secara profesional.
3. Bagi lembaga diharapkan memanfaatkan teknologi dan media yang berkembang saat ini seperti membuat website agar jamaah haji dapat mencari informasi terkait KBIH Ar Rohmah Purworejo dengan mudah.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, 39:18, terjemah ayat Al-Qur'an diambil dari Al-Qur'an dan Terjemahnya, Solo: PT. Tiga Serangkai 2017.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Boyd. dkk., *Manajemen Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan, cet ke-2, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Chalil, Rifyal Dahlawy, *Peran Keterlibatan konsumen Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan Pada Loyalitas Jasa*, thesis, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2012.
- Ciptono, Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi 2014.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif*, Edisi 5 Yogyakarta, BPFE, 2013.
- Horrison, Shirley, *Public Relation: An Introduction*, New York: Cengage Learning EMEA, 2010.
- Insani, Fitriani Aulia, *Pengaruh Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terj. oleh Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Prehalindo, 2001.
- Kotler, Phillip. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi*. Jakarta: Erlangga, 2003.

- Leon, Schiffman dan Kanuk Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen Edisi 7, terj. Zoekifli Kasip*, Jakarta: PT.Indeks, 2008.
- Mu'alim, M. Syaiful, *Pengaruh Promosi dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Jamaah di KBIH Aisyiyah Yogyakarta Tahun 2016*, Skripsi, Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Mufid, Ahmad, *Panduan Do'a Haji & Umrah*, Yogyakarta: PT. Suka Buku, 2015.
- Mustafa, Zaenal, *Mengurangi Variabel Hingga Instrumentasi* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- M. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nova, Frisan, *CRISIS Publik Relations, Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Nur'aini, Hanifah dan M. Rasyid Ridla, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi (Studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta)*, Jurnal Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Priyanto, Duwi, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, Yogyakarta: ANDI, 2009.
- Soemirat, Soleh, *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Suyanto, Danang, *Uji KHI Kuadrat dan Regresi Untuk Penelitian*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Syufaati, Vivi Laili, *Pengaruh Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina)*, Skripsi, Yogyakarta, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Taniredja, Tukiran, *Penelitian Kuantitatif Suatu Pengantar*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed.3, cet ke-3, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hlm. 849.

Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2012.

Utami, C. Whidya, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta: Salemba, 2010.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008
<https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU1308.pdf> , 27 Desember 2018.

Wijaya, Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Nurul Larastuti

Tempat, Tanggal Lahir : Serang, 03 April 1996

Alamat : Jlmprang RT 01 / RW 03
Kaliurip, Bener
Purworejo, Jawa Tengah.

Kontak : 085876546367

Email : nurularastuti@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 2 Cilegon, Tahun 2008
2. SMP Negeri 2 Cilegon, Tahun 2011
3. SMA Negeri 1 Cilegon, Tahun 2014
4. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Tahun 2019

Petunjuk Pengisian

A. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban yang sesuai menurut Bapak/Ibu/Sdr/i.

B. Dengan keterangan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-Laki

Usia :

☐ 20 - 30 tahun

☐ 51 - 60 tahun

☐ 31 - 40 Tahun

☐ Diatas 60 tahun

☐ 41 - 50 Tahun

Pendidikan :

☐ SD

☐ S1

☐ SMP

☐ S2

☐ SMA

Pekerjaan :

☐ Wirausaha

☐ Karyawan

☐ Pegawai Negeri Sipil

☐ Lainnya

☐ Ibu Rumah Tangga

A. Variabel Citra Lembaga

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga yang telah dipercaya masyarakat sejak lama				
2.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga yang memberikan pelayanan yang memuaskan.				
3.	KBIH Ar Rohmah Purworejo selalu peduli terhadap jamaah.				
4.	Logo/ simbol KBIH Ar Rohmah Purworejo mudah diingat oleh jamaah.				
5.	Warna pada logo KBIH Ar Rohmah Purworejo cukup menarik.				
6.	KBIH Ar Rohmah Purworejo memberikan berbagai kemudahan transaksi kepada jamaah untuk melunasi dana haji.				
7.	Karyawan KBIH Ar Rohmah Purworejo cepat tanggap terhadap keluhan jamaah.				
8.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga yang mempunyai tanggungjawab sosial dalam masyarakat.				
9.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga mitra pemerintah yang terpercaya.				
10.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga yang amanah, transparan dan profesional dalam melayani jamaah.				
11.	KBIH Ar Rohmah Purworejo memberikan konsultasi mengenai haji pada jamaah.				
12.	Slogan “Usaha meraih haji mabrur dan bermakna” telah memberikan keyakinan jamaah untuk menggunakan jasanya.				
13.	KBIH Ar Rohmah Purworejo selalu menyampaikan program-programnya dengan brosur yang menarik.				
14.	Kinerja KBIH Ar Rohmah Purworejo sangat baik dan stabil.				
15.	KBIH Ar Rohmah Purworejo memiliki SDM yng profesional dalam melayani jamaah.				
16.	KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan lembaga kelompok bimbingan ibadah haji paling baik dibanding dengan yang lainnya.				

B. Variabel Lokasi

No	Pernyataan	SS	SS	TS	STS
1.	Akses menuju KBIH Ar Rohmah Purworejo mudah.				
2.	KBIH Ar Rohmah Purworejo terlihat dari jalan utama sehingga mudah ditemukan.				
3.	KBIH Ar Rohmah Purworejo mempunyai gedung yang luas.				
4.	KBIH Ar Rohmah Purworejo mempunyai tempat parkir yang luas.				
5.	Akses menuju KBIH Ar Rohmah Purworejo lancar.				
6.	Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo sangat strategis.				
7.	Terdapat area disekitar KBIH Ar Rohmah Purworejo untuk memperluas gedungnya.				
8.	Keamanan tempat parkir KBIH Ar Rohmah Purworejo terjamin.				
9.	Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo mudah di capai dengan transportasi umum.				
10.	Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo merupakan daerah yang ramai.				
11.	Lahan area sekitar KBIH Ar Rohmah Purworejo cukup luas.				
12.	Di dalam kantor KBIH Ar Rohmah Purworejo keamanannya terjamin.				
13.	Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo berada di perkotaan.				
14.	Lokasi KBIH Ar Rohmah Purworejo berdekatan dengan tempat usaha atau perbelanjaan lain.				
15.	Suasana di kantor KBIH Ar Rohmah Purworejo sangat nyaman.				
16.	Tempat parkir yang nyaman.				

C. Variabel Keputusan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya akan terus menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo hingga masa mendatang.				
2.	Saya memilih program di KBIH Ar Rohmah Purworejo karena saya percaya programnya berkualitas.				
3.	Setelah mendapatkan informasi mengenai program KBIH Ar Rohmah Purworejo, saya mengevaluasi secara teliti untuk mengambil keputusan.				
4.	Saya mencari informasi program KBIH Ar Rohmah Purworejo melalui teman dan tetangga saya.				
5.	Saya tertarik menggunakan program yang diadakan oleh KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
6.	Saya tertarik menggunakan jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo setelah saya melihat teman yang menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
7.	Saya mencari informasi jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo dengan mendatangi langsung kantor KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
8.	Saya menggunakan informasi yang telah didapat untuk memutuskan menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
9.	Saya lebih memilih menggunakan jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo daripada di KBIH lainnya.				
10.	Saya akan menjadi konsumen yang setia pada KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
11.	Keputusan saya dalam memilih produk KBIH Ar Rohmah Purworejo di masa depan karena adanya jaminan yang dipegang oleh jamaah.				
12.	Saya merasa puas menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo.				

13.	Saya memilih jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo karena sesuai dengan kebutuhan saya.				
14.	Saya mencari informasi jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo kepada teman yang menggunakan jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
15.	Saya tertarik menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo karena teman dan keluarga saya memakai jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
16.	Saya tertarik menggunakan jasa KBIH Ar Rohmah Purworejo karena programnya menarik.				
17.	Saya akan mencari informasi lebih lanjut mengenai program di KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
18.	Saya puas atas pelayanan yang diberikan oleh KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
19.	Saya merasa yakin dengan keputusan menjadi jamaah di KBIH Ar Rohmah Purworejo.				
20.	Saya memilih menggunakan jasa di KBIH Ar Rohmah Purworejo karena proses pelayanannya tidak berbelit.				

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

NO	Citra Lembaga (X1)																JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	58
2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	54
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	61
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	63
7	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	60
8	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	57
9	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	58
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
12	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
14	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
20	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	56
21	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	58
22	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	58
23	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	57
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	60
25	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	54
26	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	60
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
28	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	55
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
30	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	56
31	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	52
32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	50
33	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	58
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	58
43	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	56
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
45	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	54
46	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	54
47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63
48	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	57
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
51	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	57
52	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	55
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
56	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
58	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	50
59	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	58
60	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	56
61	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	58
62	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	55
63	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	54
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
67	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	59
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	60
69	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	56
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
73	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	58
74	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	61

75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
78	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	56
79	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	56
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
82	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	55
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
85	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
87	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	55
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
89	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	58
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
91	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	57
92	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	53
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
96	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	54
97	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	55
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
99	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	55
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

No	Lokasi (X2)																JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	55
2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	52
3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	42
4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	52
5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	55
6	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	57
7	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	54
8	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	44
9	4	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	61
12	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
14	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	56
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
20	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	55
21	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	56
22	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	57
23	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	55
24	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
25	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	48
26	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	42
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
28	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	56
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
30	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	57
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	54
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
38	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	51
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	51
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
43	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
45	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	56
47	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	59
48	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
50	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	57
51	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
52	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	53
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	49
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
56	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	59
57	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	58
58	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	55
59	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
60	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	57
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
62	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	56
63	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
67	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	59
68	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	59
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
74	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	54
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
78	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	56
79	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	56
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
82	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	54
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
85	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
86	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	53
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	50
88	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	63
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
91	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	57
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
93	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	54
94	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
95	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
98	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

N O	Keputusan (Y)																				JM L
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	69
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	73
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	75
6	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
7	3	4	4	2	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	70
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	67
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	67
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	67
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
20	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	69
21	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	70
22	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	71
23	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	70
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
25	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	68
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	62
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
30	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	64
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
33	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	69
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	65
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	72
38	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	67
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
40	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	71
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
43	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
45	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	71
46	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	69
47	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	70
48	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	68
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
50	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	72
51	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	73
52	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	73
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
54	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	67
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
57	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		67
58	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	71
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
60	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	70
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
62	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	63
63	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	71
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
69	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	71
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	76
78	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	70
79	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	70
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	62
87	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	68
88	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	62
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
91	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	73
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
94	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	64
95	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	68
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	74
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
100	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	70

Correlations																		
		CIT1	CIT2	CIT3	CIT4	CIT5	CIT6	CIT7	CIT8	CIT9	CIT10	CIT11	CIT12	CIT13	CIT14	CIT15	CIT16	SUMCIT
CIT1	Pearson Correlation	1	.878 ^{**}	.674 ^{**}	.495 ^{**}	.401 ^{**}	.551 ^{**}	.621 ^{**}	.651 ^{**}	.404 ^{**}	.385 ^{**}	.384 ^{**}	.392 ^{**}	.522 ^{**}	.510 ^{**}	.366 ^{**}	.477 ^{**}	.750 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT2	Pearson Correlation	.878 ^{**}	1	.754 ^{**}	.495 ^{**}	.362 ^{**}	.508 ^{**}	.563 ^{**}	.564 ^{**}	.440 ^{**}	.421 ^{**}	.468 ^{**}	.390 ^{**}	.444 ^{**}	.508 ^{**}	.410 ^{**}	.484 ^{**}	.748 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT3	Pearson Correlation	.674 ^{**}	.754 ^{**}	1	.698 ^{**}	.442 ^{**}	.347 ^{**}	.489 ^{**}	.487 ^{**}	.569 ^{**}	.467 ^{**}	.586 ^{**}	.392 ^{**}	.320 ^{**}	.510 ^{**}	.366 ^{**}	.437 ^{**}	.735 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT4	Pearson Correlation	.495 ^{**}	.495 ^{**}	.698 ^{**}	1	.701 ^{**}	.495 ^{**}	.403 ^{**}	.475 ^{**}	.393 ^{**}	.495 ^{**}	.562 ^{**}	.577 ^{**}	.380 ^{**}	.455 ^{**}	.383 ^{**}	.490 ^{**}	.733 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT5	Pearson Correlation	.401 ^{**}	.362 ^{**}	.442 ^{**}	.701 ^{**}	1	.644 ^{**}	.493 ^{**}	.425 ^{**}	.384 ^{**}	.444 ^{**}	.500 ^{**}	.561 ^{**}	.440 ^{**}	.401 ^{**}	.361 ^{**}	.543 ^{**}	.699 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT6	Pearson Correlation	.551 ^{**}	.508 ^{**}	.347 ^{**}	.495 ^{**}	.644 ^{**}	1	.533 ^{**}	.651 ^{**}	.445 ^{**}	.467 ^{**}	.343 ^{**}	.554 ^{**}	.522 ^{**}	.510 ^{**}	.447 ^{**}	.599 ^{**}	.742 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT7	Pearson Correlation	.621 ^{**}	.563 ^{**}	.489 ^{**}	.403 ^{**}	.493 ^{**}	.533 ^{**}	1	.624 ^{**}	.445 ^{**}	.430 ^{**}	.306 ^{**}	.329 ^{**}	.450 ^{**}	.533 ^{**}	.423 ^{**}	.473 ^{**}	.696 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT8	Pearson Correlation	.651**	.564**	.487**	.475**	.425**	.651**	.624**	1	.583**	.440**	.408**	.451**	.506**	.569**	.474**	.508**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT9	Pearson Correlation	.404**	.440**	.569**	.393**	.384**	.445**	.445**	.583**	1	.606**	.572**	.410**	.425**	.528**	.474**	.467**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT10	Pearson Correlation	.385**	.421**	.467**	.495**	.444**	.467**	.430**	.440**	.606**	1	.712**	.554**	.444**	.467**	.410**	.402**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT11	Pearson Correlation	.384**	.468**	.586**	.562**	.500**	.343**	.306**	.408**	.572**	.712**	1	.623**	.460**	.545**	.460**	.562**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT12	Pearson Correlation	.392**	.390**	.392**	.577**	.561**	.554**	.329**	.451**	.410**	.554**	.623**	1	.601**	.595**	.485**	.472**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT13	Pearson Correlation	.522**	.444**	.320**	.380**	.440**	.522**	.450**	.506**	.425**	.444**	.460**	.601**	1	.603**	.481**	.463**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT14	Pearson Correlation	.510**	.508**	.510**	.455**	.401**	.510**	.533**	.569**	.528**	.467**	.545**	.595**	.603**	1	.649**	.599**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT15	Pearson Correlation	.366**	.410**	.366**	.383**	.361**	.447**	.423**	.474**	.474**	.410**	.460**	.485**	.481**	.649**	1	.621**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CIT16	Pearson Correlation	.477**	.484**	.437**	.490**	.543**	.599**	.473**	.508**	.467**	.402**	.562**	.472**	.463**	.599**	.621**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMCI	Pearson Correlation	.750**	.748**	.735**	.733**	.699**	.742**	.696**	.758**	.701**	.702**	.733**	.724**	.695**	.774**	.674**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																		

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Correlations

		LOK1	LOK2	LOK3	LOK4	LOK5	LOK6	LOK7	LOK8	LOK9	LOK10	LOK11	LOK12	LOK13	LOK14	LOK15	LOK16	SUMLOK
LOK1	Pearson Correlation	1	.731**	.646**	.439**	.595**	.528**	.440**	.433**	.460**	.334**	.388**	.456**	.257**	.384**	.420**	.410**	.668**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK2	Pearson Correlation	.731**	1	.784**	.555**	.407**	.338**	.375**	.270**	.407**	.364**	.392**	.346**	.193	.255*	.300**	.364**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.055	.010	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK3	Pearson Correlation	.646**	.784**	1	.698**	.561**	.505**	.545**	.511**	.546**	.486**	.584**	.402**	.402**	.383**	.435**	.509**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK4	Pearson Correlation	.439**	.555**	.698**	1	.680**	.616**	.619**	.537**	.647**	.553**	.611**	.371**	.444**	.369**	.490**	.564**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK5	Pearson Correlation	.595**	.407**	.561**	.680**	1	.741**	.540**	.482**	.697**	.501**	.511**	.443**	.520**	.541**	.654**	.638**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

LOK6	Pearson Correlation	.528**	.338**	.505**	.616**	.741**	1	.656**	.595**	.660**	.541**	.518**	.479**	.518**	.460**	.539**	.607**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK7	Pearson Correlation	.440**	.375**	.545**	.619**	.540**	.656**	1	.723**	.617**	.592**	.623**	.432**	.587**	.463**	.523**	.571**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK8	Pearson Correlation	.433**	.270**	.511**	.537**	.482**	.595**	.723**	1	.557**	.500**	.613**	.446**	.523**	.434**	.501**	.521**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK9	Pearson Correlation	.460**	.407**	.546**	.647**	.697**	.660**	.617**	.557**	1	.684**	.556**	.554**	.517**	.605**	.613**	.571**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK10	Pearson Correlation	.334**	.364**	.486**	.553**	.501**	.541**	.592**	.500**	.684**	1	.701**	.544**	.583**	.644**	.675**	.687**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK11	Pearson Correlation	.388**	.392**	.584**	.611**	.511**	.518**	.623**	.613**	.556**	.701**	1	.524**	.599**	.522**	.569**	.635**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

LOK12	Pearson Correlation	.456**	.346**	.402**	.371**	.443**	.479**	.432**	.446**	.554**	.544**	.524**	1	.678**	.574**	.540**	.576**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK13	Pearson Correlation	.257**	.193	.402**	.444**	.520**	.518**	.587**	.523**	.517**	.583**	.599**	.678**	1	.691**	.621**	.654**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.010	.055	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK14	Pearson Correlation	.384**	.255*	.383**	.369**	.541**	.460**	.463**	.434**	.605**	.644**	.522**	.574**	.691**	1	.757**	.608**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK15	Pearson Correlation	.420**	.300**	.435**	.490**	.654**	.539**	.523**	.501**	.613**	.675**	.569**	.540**	.621**	.757**	1	.819**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LOK16	Pearson Correlation	.410**	.364**	.509**	.564**	.638**	.607**	.571**	.521**	.571**	.687**	.635**	.576**	.654**	.608**	.819**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SUMLOK	Pearson Correlation	.668**	.607**	.762**	.774**	.793**	.774**	.776**	.719**	.809**	.781**	.780**	.693**	.725**	.719**	.783**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP11	KP12	KP13	KP14	KP15	KP16	KP17	KP18	KP19	KP20	SUMKP
KP1 Pearson Correlation	1	.682**	.543**	.532**	.543**	.560**	.386**	.503**	.505**	.449**	.460**	.541**	.371**	.321**	.281**	.380**	.291**	.349**	.311**	.403**	.654**
KP1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.005	.000	.003	.000	.002	.000	.000
KP1 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP2 Pearson Correlation	.682**	1	.859**	.555**	.657**	.606**	.536**	.536**	.657**	.475**	.580**	.658**	.475**	.329**	.369**	.423**	.303**	.450**	.458**	.561**	.787**
KP2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
KP2 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99
KP3 Pearson Correlation	.543**	.859**	1	.572**	.636**	.628**	.516**	.515**	.595**	.492**	.601**	.638**	.418**	.351**	.432**	.364**	.287**	.352**	.443**	.545**	.760**
KP3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
KP3 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP4 Pearson Correlation	.532**	.555**	.572**	1	.612**	.501**	.572**	.691**	.566**	.539**	.468**	.421**	.358**	.274**	.235*	.280**	.335**	.291**	.262**	.395**	.668**
KP4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.019	.005	.001	.003	.008	.000	.000
KP4 N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100

KP5	Pearson Correlation	.543**	.657**	.636**	.612**	1	.708**	.632**	.556**	.635**	.492**	.561**	.558**	.377**	.270**	.351**	.404**	.248*	.311**	.402**	.545**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.013	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP6	Pearson Correlation	.560**	.606**	.628**	.501**	.708**	1	.660**	.547**	.592**	.498**	.661**	.584**	.320**	.398**	.358**	.299**	.364**	.422**	.466**	.478**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP7	Pearson Correlation	.386**	.536**	.516**	.572**	.632**	.660**	1	.671**	.515**	.457**	.520**	.401**	.297**	.355**	.316**	.330**	.292**	.433**	.441**	.460**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.001	.001	.003	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP8	Pearson Correlation	.503**	.536**	.515**	.691**	.556**	.547**	.671**	1	.717**	.574**	.440**	.437**	.335**	.391**	.351**	.404**	.443**	.517**	.443**	.446**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP9	Pearson Correlation	.505**	.657**	.595**	.566**	.635**	.592**	.515**	.717**	1	.610**	.563**	.599**	.305**	.275**	.315**	.407**	.372**	.487**	.415**	.514**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.006	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP10 Pearson Correlation	.449**	.475**	.492**	.539**	.492**	.498**	.457**	.574**	.610**	1	.710**	.622**	.303**	.344**	.262**	.392**	.365**	.444**	.372**	.468**	.695**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP11 Pearson Correlation	.460**	.580**	.601**	.468**	.561**	.661**	.520**	.440**	.563**	.710**	1	.720**	.438**	.463**	.383**	.321**	.314**	.415**	.461**	.527**	.747**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP12 Pearson Correlation	.541**	.658**	.638**	.421**	.558**	.584**	.401**	.437**	.599**	.622**	.720**	1	.531**	.467**	.467**	.482**	.358**	.424**	.473**	.535**	.768**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP13 Pearson Correlation	.371**	.475**	.418**	.358**	.377**	.320**	.297**	.335**	.305**	.303**	.438**	.531**	1	.724**	.600**	.634**	.667**	.641**	.680**	.578**	.698**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.001	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP14 Pearson Correlation	.321**	.329**	.351**	.274**	.270**	.398**	.355**	.391**	.275**	.344**	.463**	.467**	.724**	1	.758**	.621**	.632**	.661**	.581**	.389**	.667**

	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.006	.007	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP15	Pearson Correlation	.281**	.369**	.432**	.235*	.351**	.358**	.316**	.351**	.315**	.262**	.383**	.467**	.600**	.758**	1	.661**	.554**	.620**	.664**	.554**	.661**	
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.019	.000	.000	.001	.000	.001	.008	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP16	Pearson Correlation	.380**	.423**	.364**	.280**	.404**	.299**	.330**	.404**	.407**	.392**	.321**	.482**	.634**	.621**	.661**	1	.658**	.611**	.533**	.544**	.677**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP17	Pearson Correlation	.291**	.303**	.287**	.335**	.248*	.364**	.292**	.443**	.372**	.365**	.314**	.358**	.667**	.632**	.554**	.658**	1	.646**	.486**	.424**	.629**	
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.004	.001	.013	.000	.003	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP18	Pearson Correlation	.349**	.450**	.352**	.291**	.311**	.422**	.433**	.517**	.487**	.444**	.415**	.424**	.641**	.661**	.620**	.611**	.646**	1	.789**	.600**	.727**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100

KP19	Pearson Correlation	.311**	.458**	.443**	.262**	.402**	.466**	.441**	.443**	.415**	.372**	.461**	.473**	.680**	.581**	.664**	.533**	.486**	.789**	1	.725**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100
KP20	Pearson Correlation	.403**	.561**	.545**	.395**	.545**	.478**	.460**	.446**	.514**	.468**	.527**	.535**	.578**	.389**	.554**	.544**	.424**	.600**	.725**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
SUMK P	Pearson Correlation	.654**	.787**	.760**	.668**	.740**	.742**	.691**	.732**	.750**	.695**	.747**	.768**	.698**	.667**	.661**	.677**	.629**	.727**	.722**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Lembaga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Keputusan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	20

Hasil Statistik Distribusi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	45.0	45.0	45.0
	Perempuan	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	31-40	7	7.0	7.0	7.0
	41-50	16	16.0	16.0	23.0
	51-60	49	49.0	49.0	72.0
	Diatas 60	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	10	10.0	10.0	10.0
	SMP	9	9.0	9.0	19.0
	SMA	39	39.0	39.0	58.0
	S1	39	39.0	39.0	97.0
	S2	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wirausaha	21	21.0	21.0	21.0
	PNS	31	31.0	31.0	52.0
	Ibu Rumah Tangga	18	18.0	18.0	70.0
	Lainnya	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.48296230
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.076
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.854
Asymp. Sig. (2-tailed)		.459
a. Test distribution is Normal.		

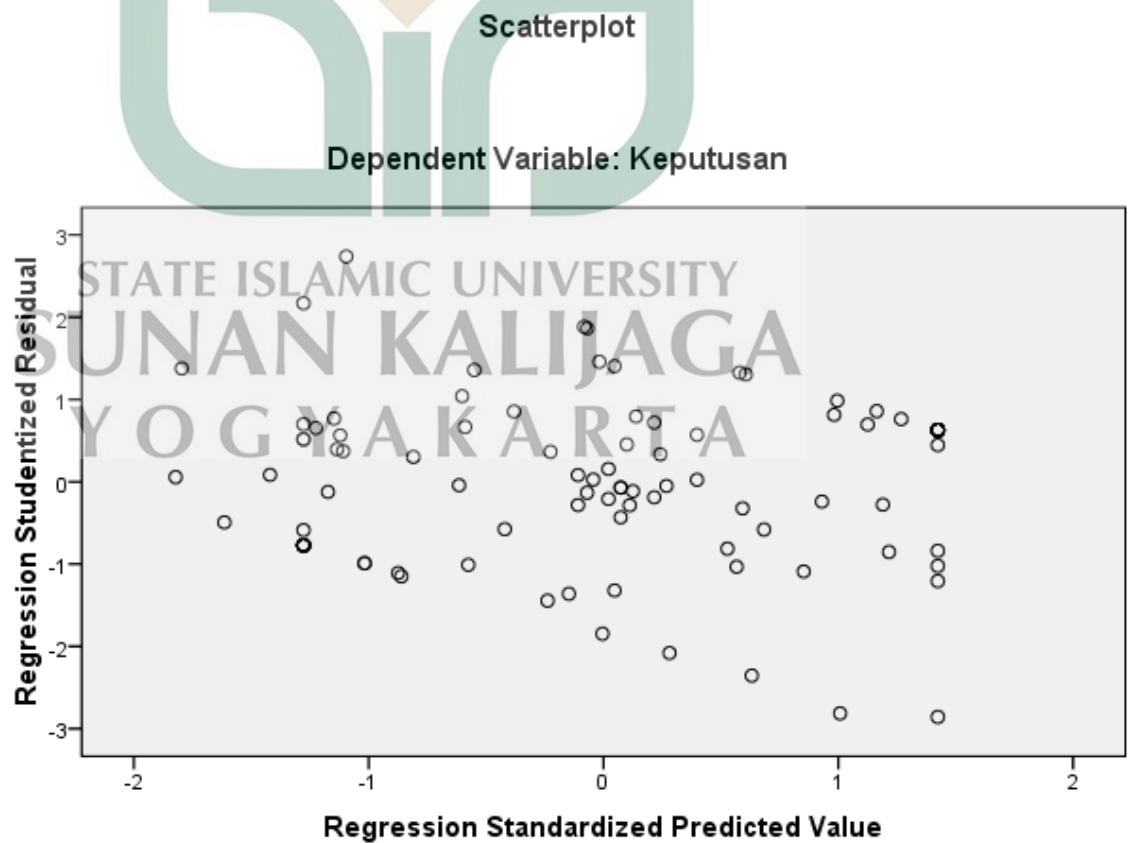
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1 (Constant)	27.064	5.884		4.600	.000		
Citra Lembaga	.119	.120	.096	.996	.322	.653	
Lokasi	.654	.109	.580	6.013	.000	.653	

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji heteroskedasitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.024	3.500		.292	.771
Citra Lembaga	.078	.071	.136	1.093	.277
Lokasi	-.020	.065	-.038	-.304	.762

a. Dependent Variable: RES2

Uji Hipotesis**Uji F****ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2078.525	2	1039.263	33.871	.000 ^a
	Residual	2976.225	97	30.683		
	Total	5054.750	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Citra Lembaga

b. Dependent Variable: Keputusan

Uji T**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.064	5.884		4.600	.000

Citra Lembaga	.119	.120	.096	.996	.322
Lokasi	.654	.109	.580	6.013	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.399	5.53920

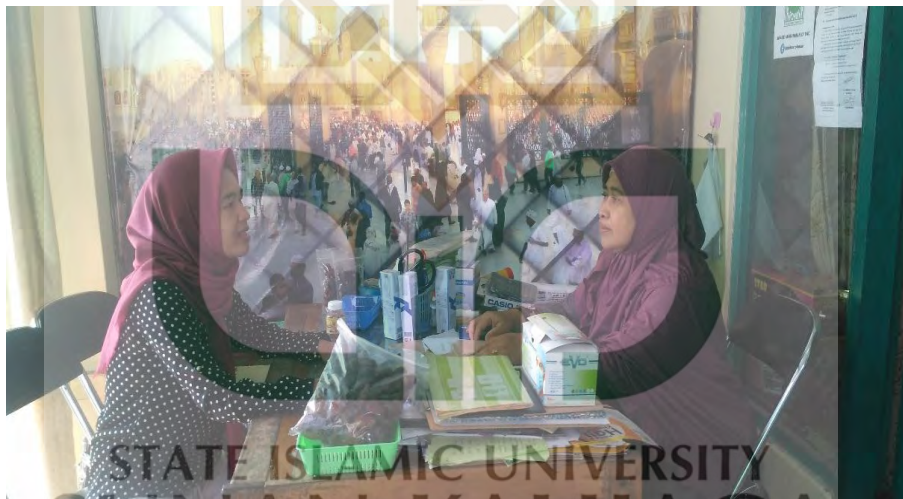
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Citra Lembaga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

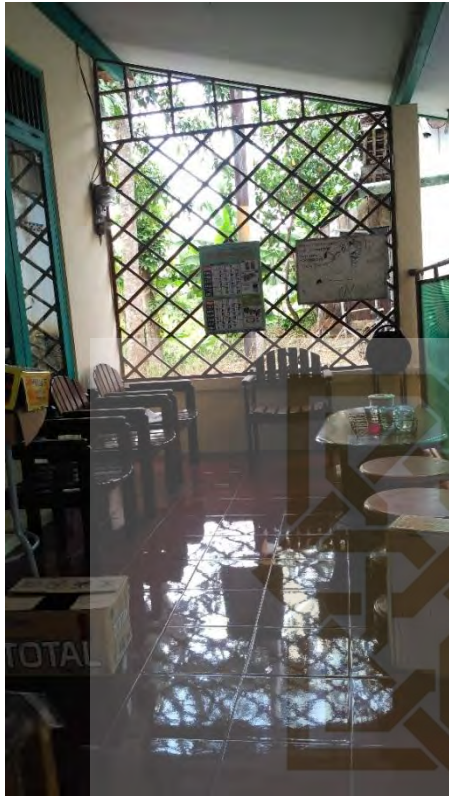
DOKUMENTASI



Suasana Manasik Haji di Aula KBIH Ar-Rohmah Pada Tanggal 17 Pebruari 2019



Proses Wawancara



Proses Penguisian Kuisoner

Penelitian pada tanggal 17

Pebruari 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

Nomor : B-263 /Un.02/DD.1/PN.01.1/01/2019
Lampiran : 1 (satu) eks proposal penelitian
Hal : Izin Penelitian

28 January 2019

Kepada
Yth. Kepala Pimpinan KBIH Ar Rohmah
Purworejo, Jawa Tengah
ditempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mngdakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

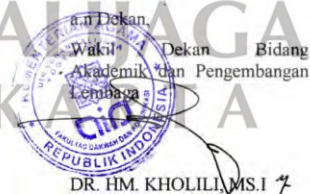
Nama : Nurul Larastuti
NIM/Jurusan/ : 15240068/ MD
Semester : VIII(Delapan)
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Serang, 3 April 1996
Lokasi Penelitian : Gg. Arrohmah, Sumurdowo Purworejo, Jawa Tengah
Metode Penelitian : Kuantitatif
Waktu Penelitian : 31 Januari S/d 31 April 2019
Pembimbing : Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag, M.Si.
Judul : PENGARUH CITRA LEMBAGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI CALON JAMAAH HAJI (CJH) DI KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) AR-ROHMAH PURWOREJO JAWA TENGAH

Kami mohon agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data guna penyusunan skripsi.

Demikian, atas izin dan kerjasama Saudara kami sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



DR. HM. KHOLIL, M.S.I

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : H. Zaenudin Masrur
Jabatan : Pendiri KBIH Ar Rohmah Purworejo Jawa Tengah
Alamat Kantor : Jl. Letjend. Suprpto No. 30 Purworejo (Gg. Sumurdowo).
Purworejo Jawa Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : Nurul Larastuti
NIM : 15240068
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Instansi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di KBIH Ar Rohmah Purworejo pada tanggal 9 Januari s.d 20 Maret 2019.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Maret 2019

KBIH Ar Rohmah


H. Zaenudin Masrur

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**



SERTIFIKAT

Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.859/10/2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Nurul Larastuti
Tempat, dan Tanggal Lahir : Serang, 03 April 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 15240068
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi : Duwet, Purworejo
Kecamatan : Samigaluh
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 99,04 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018
Ketua



Prof. Dr. Phil. Al Maqin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912-200112-1-002

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Nurul Larasuti

 NIM : 15240068

 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi

 Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	65	C
3.	Microsoft Power Point	80	B
4.	Internet	90	A
5.	Total Nilai	82,5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



 Kepala PTIPD

 Yogyakarta, 18 Desember 2015

Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.

 NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Angka	Huruf	Predikat
85 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UTN.02/L4/PM.03.2/6.24.9.1/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Nurul Larastuti :

تاريخ الميلاد : ٣ أبريل ١٩٩٦

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٩ يناير ٢٠١٩، وحصلت على
درجة :

٤٦	فهم المسموع
٣٥	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٣	فهم المقروء
٣٨٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكرتا، ٩ يناير ٢٠١٩
المدير
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥ : رقم التوظيف





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.24.11.1/2019

This is to certify that:

Name : **Nurul Larastuti**
Date of Birth : **April 03, 1996**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **January 04, 2019** by Center for Language Development of State
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	36
Reading Comprehension	45
Total Score	410

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, January 04, 2019
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : NURUL LARASTUTI
NIM : 15240068
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015
a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. Siti Ruhaini Dzuhayatin, M.A.
NIP. 19630517 199003 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Tepi, (0274) 515856, e-mail: fde@uin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-049/Un.02/MD/PP.00/01/2019

Diberikan kepada:

NURUL LARASTUTI

NIM: 15240068

Dinyatakan **LULUS** dalam **Praktikum Profesi** yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bantul dengan nilai **A**. Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Mengetahui
Dekan

Dr. Jfi. Nurjannah, M.Si.
NTP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 16 Januari 2019
Ketua Program Studi

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NTP. 19670104 199303 1 003



UNIVERSITAS
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Mansda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fdeq@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Un.02/DD/PP.01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

NURUL LARASTUTI

15240068

LULUS dengan Nilai 80 (A)

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



Dr. Mujiannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016
Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag., MSl., MA., Ph.D
NIP. 19710919 199603 2 001



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, e-mail: fideuin-suka.ac.id, Yogyakarta

SERTIFIKAT

Nomor : B-101/Un.02/MD/TQ.00/06/2018

Diberikan kepada:

NURUL LARASTUTI

NIM: 15240068

Dinyatakan LULUS dalam Tahfid Qur'an Juz 30 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga dengan nilai: B
Demikian sertifikat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Mengetahui
Dekan

Dr. H. Maryamah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 28 Juni 2018
Ketua Program Studi

Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
NIP. 19670104 199303 1 003