

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Haji menurut pengertian kamus Bahasa Indonesia adalah rukun Islam yang kelima, yaitu kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi Ka'bah di Masjidil Haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji seperti *ihram*, *tawaf*, *sai*, dan *wukuf*. Haji merupakan salah satu ibadah yang terdapat dalam rukun Islam kelima setelah syahadat, salat, puasa dan zakat. Tidak sempurna keimanan seseorang apabila ia tidak menjalankan ibadah haji padahal sudah mampu memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditentukan, jika syarat tersebut sudah terpenuhi maka wajib hukumnya untuk tetap menjalankan ibadah haji (Salma & Yuliar, 2020).

Bagi bangsa Indonesia, penyelenggaraan ibadah haji merupakan tugas nasional, karena di samping menyangkut kesejahteraan lahir batin jemaah haji, juga menyangkut nama baik dan martabat bangsa Indonesia di luar negeri, khususnya di Arab Saudi dan juga bangsa-bangsa lain di dunia karena penyelenggaraannya bersifat massal dan berlangsung dalam jangka waktu yang terbatas.

Penyelenggaraan ibadah haji memerlukan manajemen yang baik dan benar agar tertib, aman dan lancar, karena itu peningkatan pembinaan, pelayanan dan perlindungan terhadap jemaah haji diupayakan melalui penyempurnaan sistem dan manajemen penyelenggaraan ibadah haji yang betul-betul efektif dan efisien dengan pelayanan tenaga yang profesional di bidangnya. Upaya peningkatan dan penyempurnaan tersebut dilaksanakan dari tahun ketahun agar tidak terulang kembali kesalahan dan atau kekurangan yang terjadi pada masa-masa sebelumnya. Untuk tercapainya maksud tersebut, diperlukan kerjasama yang kondusif dari berbagai pihak yang terkait. Pihak pemerintah yaitu Kemenag, serta pihak swasta yang menyelenggarakan bimbingan terhadap calon jemaah. Berdasarkan data dari BPS tahun 2017-2019, jemaah haji yang diberangkatkan dari Provinsi Jawa Tengah mengalami kenaikan setiap tahunnya, seperti dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Data Jamaah Haji Jawa Tengah 2017-2019

No	Tahun	Jumlah Jamaah Haji yang Berangkat/orang
1	2017	30.250
2	2018	30.375
3	2019	30.707

Sumber: <https://jateng.bps.go.id/>. Diakses pada 7 Juni 2023.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dengan rata-rata per tahun jemaah haji yang berangkat sekitar 30.000 orang, maka tentu saja antrian semakin bertambah lama, karena kuota yang tidak ada kenaikan yang signifikan. Akan tetapi, hal tersebut tidak menyurutkan masyarakat untuk mendaftar haji. Tahun 2023 ini muncul permasalahan tentang usulan penyesuaian Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BIPIH) 2023 sebesar Rp 69,2 juta (<https://www.cnbcindonesia.com/news>). Hal ini memicu Komisi VIII Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) membawa Kementerian Agama (Kemenag) untuk membahas upaya menekan BIPIH. Saat keputusan biaya haji terbaru sudah final, ternyata banyak masyarakat yang pada awalnya keberatan

dengan kenaikan biaya haji, akhirnya melakukan pelunasan. Permasalahan antrian keberangkatan dan kenaikan biaya haji akan menjadi isu penting dalam memengaruhi minat masyarakat dalam mendaftar haji.

Tabel 2. Data Pendaftar Haji di Jawa Tengah 2014-2023

No	Tahun	Jumlah Pendaftar Haji/orang
1	2014	155.500
2	2015	160.300
3	2016	170.280
4	2017	176.012
5	2018	177.210
6	2019	180.100
7	2020	190.421
8	2021	197.200
9	2022	200.120
10	2023	221.310

Sumber: <https://jateng.bps.go.id/>. Diakses pada 10 Juli 2023

Berdasarkan Tabel 2 di atas, pendaftar haji di Jawa Tengah selalu naik dari tahun ke tahun, walaupun antrian semakin lama, yaitu sampai 32 tahun. Masa tunggu keberangkatan selama 32 tahun hanya berlaku untuk haji regular, adapun masa tunggu untuk haji plus, diungkapnya mencapai delapan tahun (<https://muria.tribunnews.com>). Beberapa faktor yang memengaruhi niat antara lain adalah penalaran moral. Penelitian yang dilakukan oleh (Yoga et al., 2017) menunjukkan bahwa penalaran moral mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat melakukan sesuatu yang tidak di dukung oleh situasi yang baik. Sejalan dengan penelitian lainnya, (Dwiyanti & Sariyani, 2018) juga menyatakan bahwa pengaruh penalaran moral terhadap niat juga menghasilkan pengaruh secara positif dan signifikan. Ada kemungkinan bahwa intensi akan berubah dalam situasi yang berubah. Secara singkat, faktor situasional juga dapat memengaruhi niat. Apabila dihubungkan dengan penelitian sekarang, niat mendaftar haji yang masih tinggi kaitannya dengan faktor situasional yaitu antrian puluhan tahun dan kenaikan biaya, membutuhkan penalaran moral dari masyarakat.

Menyusul banyak kejadian yang mengganggu operasi perusahaan ataupun organisasi dalam pemerintahan, menimbulkan kerugian finansial, kerusakan reputasi, dan bahkan membahayakan kehidupan organisasi, manajemen krisis telah muncul sebagai solusi. Akibatnya, kajian manajemen krisis akhir-akhir ini menjadi semakin esensial dan menarik, karena dapat menjadi pembelajaran bagi organisasi yang ada sebagai langkah preventif ketika menghadapi krisis (Zheng et al., 2020). Sebagai contoh adalah protes masyarakat akan kenaikan biaya haji. Divisi komunikasi Kemenag harus mampu meredam krisis kepercayaan masyarakat akan pelaksanaan ibadah haji. Krisis dapat digambarkan sebagai peristiwa penting dengan hasil akhir negatif yang berdampak positif bagi perusahaan. Manajemen krisis dapat didefinisikan sebagai pengelolaan, mengatasi, atau mengendalikan krisis sebagai peristiwa penting dengan hasil akhir negatif yang memiliki pengaruh positif bagi perusahaan (Permata & Mulyana,

2021). Menurut (Sonjaya Purworini, 2020), manajemen krisis adalah proses yang terjadi dalam organisasi sebagai reaksi terhadap peristiwa besar yang membahayakan kelangsungan hidup organisasi, pembuat kebijakan, atau masyarakat umum. Manajemen krisis memerlukan pengambilan keputusan yang sistematis, pembentukan tim untuk melaksanakan keputusan tersebut, dan kemampuan untuk membuat keputusan baru yang diperlukan untuk mencapai hasil secepat mungkin. Dengan manajemen krisis yang baik, efek kenaikan biaya haji berbanding lurus dengan peningkatan pelayanan jamaah haji oleh Kemenag.

Jika seseorang merasa bahwa norma sosial atau pandangan dari orang-orang di sekitarnya sangat mendukung mendaftar haji, maka norma subjektif akan memengaruhi niat mereka secara positif. Mereka mungkin merasa tekanan sosial atau tanggung jawab moral untuk mendaftar haji karena dianggap sebagai tindakan yang diharapkan atau dianggap penting oleh lingkungan mereka. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan sosial atau tekanan dari orang-orang di sekitarnya terkait dengan perilaku yang akan dilakukan. Dalam hal mendaftar haji, norma subjektif dapat terbentuk melalui pengaruh keluarga, teman, dan komunitas agama yang mendukung atau mendorong seseorang untuk mendaftar haji (Aryadhe et al., 2018). Dalam konteks hubungan antara norma subjektif dan niat mendaftar haji, norma subjektif yang kuat yang mendukung mendaftar haji dapat meningkatkan kemungkinan seseorang memiliki niat yang kuat untuk melakukannya. Namun, niat itu sendiri masih dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti sikap individu terhadap mendaftar haji dan kendali diri terkait dengan kemampuan dan kesempatan untuk mendaftar haji.

Persepsi kontrol perilaku mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka memiliki kendali atau kekuasaan atas perilaku yang diinginkan. Dalam konteks mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku mencakup keyakinan individu tentang apakah mereka memiliki kemampuan, sumber daya, atau kesempatan untuk mendaftar haji (Amalia & Setyono, 2023). Jika seseorang merasa bahwa mereka memiliki kendali yang cukup atau mampu untuk mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku akan memengaruhi niat mereka secara positif seperti penelitian yang dilakukan oleh (Erlina et al., 2019). Jamaah mungkin merasa yakin bahwa mereka dapat mengatasi kendala atau hambatan yang mungkin muncul dalam proses pendaftaran dan pelaksanaan haji, sehingga keyakinan ini dapat berdampak positif pada keinginan mereka untuk mendaftar dan melaksanakan ibadah haji (Fuad & Yacob, 2022). Namun, jika seseorang merasa bahwa mereka memiliki kendali yang rendah atau menghadapi kendala yang sulit diatasi, persepsi kontrol perilaku dapat memengaruhi niat mereka secara negatif, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ikhsan & Sukardi, 2020). Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang memengaruhi niat seseorang antara lain penalaran moral (Dwiyanti & Sariyani, 2018), komunikasi krisis (Zheng et al., 2020) dan norma subjektif (Yoga et al., 2017). Sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel persepsi kontrol perilaku sebagai variabel moderasi dan memengaruhi niat mendaftar haji.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penalaran moral terhadap niat mendaftar haji?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji?
3. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap niat mendaftar haji?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi penalaran moral terhadap niat mendaftar haji?
5. Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji?
6. Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh penalaran moral terhadap niat mendaftar haji
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap niat mendaftar haji
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi penalaran moral terhadap niat mendaftar haji
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku memoderasi norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan juga analisis terhadap niat mendaftar haji kepada Kantor Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Bidang PHU.
2. Memberikan kontribusi informasi baik kepada Kantor Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Bidang PHU, juga kepada masyarakat yang membutuhkan informasi seputar Pelayanan Haji.

II. TELAAH PUSTAKA

2.1 Grand Theory

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory Of Planned Behavior* (TPB). TPB atau Teori Perilaku yang direncanakan merupakan teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Menurut TPB, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Tornikoski & Maalaoui, 2019). Dalam teori TPB, niat seseorang dianggap sebagai prediktor penting dari perilaku yang sebenarnya. Ketika niat untuk melakukan tindakan tinggi, kemungkinan perilaku yang sesuai akan meningkat. Namun, teori ini juga mengakui bahwa ada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku yang sebenarnya, seperti keterbatasan fisik atau lingkungan yang tidak mendukung. Teori TPB telah digunakan dalam berbagai konteks, termasuk studi tentang niat untuk mengadopsi teknologi baru, perilaku kesehatan, dan keputusan konsumen. Dalam menganalisis niat seseorang, teori TPB membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap niat dan dapat membantu merancang intervensi atau strategi untuk memengaruhi niat dan perilaku yang diinginkan.

2.1.1 Penalaran Moral

Penalaran moral didefinisikan sebagai suatu perilaku dari individu yang secara sadar melakukan tindakan tertentu ketika dihadapkan oleh situasi dan kondisi yang ada. Kemampuan yang dimiliki individu dalam mengatasi dan menginterpretasikan dilema etis yang ada sangat dipengaruhi oleh penalaran moral individu yang bersangkutan (Indrayeni et al., 2021). TPB relevan untuk menjelaskan penalaran moral. Hal ini dikarenakan penalaran moral berada dalam komponen persepsi kontrol perilaku. Individu dengan penalaran moral yang baik akan menyikapi suatu permasalahan dengan perilaku yang berbeda dibandingkan individu yang mempunyai penalaran moral buruk. Semakin tinggi tingkat penalaran moral dari individu akan menyebabkan individu tersebut memiliki kecenderungan yang jauh lebih besar untuk melakukan sesuatu hal yang benar (Dwiyanti & Sariyani, 2018).

2.1.2 Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang efektif, transparan, dan tepat waktu selama situasi darurat atau krisis. Tujuan dari komunikasi krisis adalah untuk memberikan informasi yang akurat, mengurangi kebingungan dan ketidakpastian, membangun kepercayaan, dan membantu mengelola situasi krisis secara efektif (Zheng et al., 2020).

2.1.3 Norma Subjektif

Persepsi akan tekanan sosial yang diperoleh dari lingkungan sekitar dapat menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang dalam melakukan suatu tindakan disebut sebagai norma subjektif. Berdasarkan TPB, norma subjektif adalah penentu dasar niat perilaku yang berhubungan dengan pengaruh sosial. Disisi lain, (Tornikoski & Maalaoui, 2019) menyatakan bahwa norma subjektif merupakan tekanan sosial yang akan memengaruhi seseorang dalam melakukan atau tidak

suatu tindakan. Maka, lingkungan sekitar juga akan ikut berpengaruh terhadap tindakan yang dilakukan individu. Untuk beberapa tingkah laku, dapat merujuk kepada orang tua, teman dekat, pasangan, atau mungkin pakar, tergantung dari perilaku yang muncul (Aryadhe et al., 2018). Biasanya, seorang individu memiliki niat dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku ketika individu tersebut mengevaluasi tindakannya secara positif dan ketika individu percaya bahwa orang lain membenarkan perbuatannya. Norma subjektif dalam melakukan tindakan akan tinggi jika keyakinan yang ada diikuti dengan motivasi tinggi dari individu agar dapat memenuhi harapan lingkungan sosial.

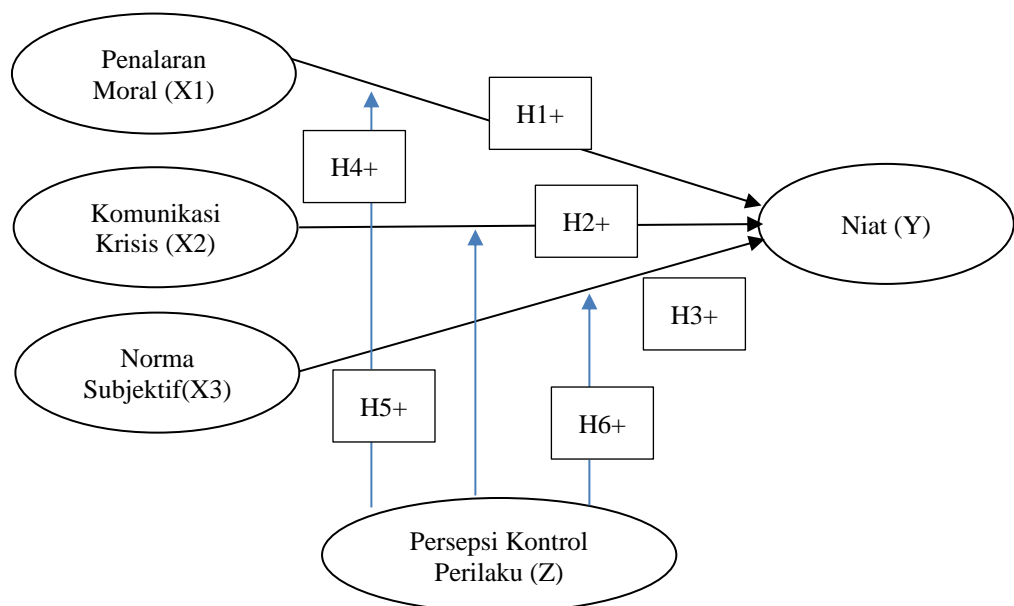
2.1.4 Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol perilaku mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka memiliki kendali atau kekuasaan atas perilaku yang diinginkan (Ikhsan & Sukardi, 2020). Dalam konteks mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku mencakup keyakinan individu tentang apakah mereka memiliki kemampuan, sumber daya, atau kesempatan.

2.1.5 Niat

Niat adalah keinginan atau kesengajaan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau mencapai suatu tujuan. Niat melibatkan tingkat motivasi dan komitmen pribadi untuk melakukan suatu tindakan atau mengikuti suatu jalur tertentu (Philip Kotler, 2010). Niat dapat melibatkan pertimbangan rasional, nilai-nilai, kepercayaan, atau faktor-faktor emosional yang memengaruhi keputusan individu.

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Model Penelitian

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu sebagai rujukan penelitian sekarang:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1	(Aryadhe et al., 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap 2. Norma subjektif 3. Niat beli 4. Keputusan pembelian 	Berdasarkan hasil penelitian yang didapat melalui hasil pengujian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, norma subjektif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, begitupun hubungan antara niat beli terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan hasil yang sama yaitu positif dan signifikan.
2	(Dwiyanti & Sariyani, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penalaran moral 2. Keadilan organisasi 3. Niat whistleblowing 	Penelitian ini menemukan bukti adanya efek interaksi dari tingkat penalaran moral dan keadilan organisasi pada niat <i>whistleblowing</i> . Hasil penelitian membantu para auditor, akuntan dan pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan guna mendorong <i>whistleblowing</i> .
3	(Salma & Yuliar, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Word of mouth</i>; 2. Kepercayaan; 3. Niat 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>word of mouth</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap niat jemaah mendaftar haji
4	(Zheng et al., 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Susceptibility to social influence</i> 2. <i>Secondary crisis communication</i> 3. <i>Social media</i> 4. <i>Morality violations</i> 5. <i>Technology adoption</i> 6. <i>Organizational theory</i> 7. <i>Business management</i> 8. <i>Strategic management</i> 9. <i>Consumer attitude</i> 10. <i>Business</i> 	Temuan juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung ingin percaya mereka melakukan "hal yang benar" ketika mempertimbangkan komunikasi krisis sekunder dan karenanya ditakuti tidak disukai oleh orang lain karena keputusan pembelian mereka terkait dengan perusahaan yang mengalami krisis. Kesesuaian sosial seperti itu bisa menghasilkan bola salju

No	Peneliti	Variabel	Hasil
			kata negatif dari mulut ke mulut dalam kasus krisis produk-bahaya. Temuan berkontribusi pada literatur tentang manajemen krisis media sosial dan perilaku komunikasi konsumen di media sosial selama krisis kerusakan produk.
5	(Divya Rizky Kirana & Yulianita, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Analytic Network Process</i> 2. <i>Brand Awareness</i> 3. Manajemen Krisis 	Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan metode Analytic Network Process (ANP), setiap cluster memiliki hubungan antar cluster lain. Berdasarkan penilaian pada cluster manajemen krisis, pre crisis memiliki nilai node terbesar diantara tiga node yang diuji yang difokuskan dalam penelitian ini sebesar 0,63699. Pada cluster brand awareness, terdapat empat node yang menjadi fokus penelitian dimana top of mind menjadi node tertinggi dengan nilai 0,57486.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji

TPB ini menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Pengaruh antara penalaran moral dan niat mendaftar haji dapat dipahami melalui aspek moralitas dan keagamaan yang terkait dengan perjalanan haji. Penalaran moral mencakup kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan mengambil keputusan moral yang berkaitan dengan perilaku mereka. Sementara itu, niat mendaftar haji mengacu pada keinginan atau kesengajaan seseorang untuk melaksanakan ibadah haji sebagai kewajiban dalam agama Islam. Penalaran moral yang matang dan tinggi dapat berpengaruh terhadap niat mendaftar haji. Individu yang memiliki penalaran moral yang lebih tinggi cenderung mempertimbangkan nilai-nilai etis dan prinsip-prinsip agama dalam pengambilan keputusan mereka. Dalam konteks mendaftar haji, penalaran moral yang matang dapat mendorong individu untuk mengenali pentingnya pelaksanaan ibadah haji sebagai kewajiban agama yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dwiyanti & Sariyani, 2018) dan (Zheng et al., 2020) juga menyatakan bahwa pengaruh penalaran moral terhadap niat juga menghasilkan pengaruh secara positif

dan signifikan. Ada kemungkinan bahwa intensi akan berubah dalam situasi yang berubah. Secara singkat, faktor situasional juga dapat memengaruhi niat. Apabila dihubungkan dengan penelitian sekarang, niat mendaftar haji yang masih tinggi kaitannya dengan faktor situasional yaitu antrian puluhan tahun dan kenaikan biaya, membutuhkan penalaran moral dari masyarakat

H1: Penalaran Moral Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.4.2 Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji

TPB menyebutkan bahwa kendali perilaku dalam berkomunikasi melibatkan keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk melaksanakan tindakan tersebut. Pengaruh dengan penelitian ini adalah permasalahan kenaikan biaya haji harus bisa di respon dengan komunikasi yang baik dari Kemenag, sehingga akan menghasilkan komunikasi krisis yang efektif dan efisien. Hubungan antara komunikasi krisis dan niat mendaftar haji dapat berkaitan dengan pengaruh informasi yang disampaikan selama situasi krisis terhadap persepsi individu terkait dengan keamanan, risiko, dan kelayakan melakukan perjalanan haji. Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang efektif, transparan, dan tepat waktu selama situasi darurat atau krisis. Tujuan dari komunikasi krisis adalah untuk memberikan informasi yang akurat, mengurangi kebingungan dan ketidakpastian, membangun kepercayaan, dan membantu mengelola situasi krisis secara efektif. Penelitian terdahulu yang menyatakan terdapat Pengaruh komunikasi krisis terhadap niat antara lain oleh (Zheng et al., 2020) dan (Divya Rizky Kirana & Yulianita, 2023)

H2: Komunikasi Krisis Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.4.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji

Hubungan antara norma subjektif dan niat untuk mendaftar haji dapat dijelaskan dalam konteks teori TPB. Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat mereka, dan niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan sosial atau tekanan dari orang-orang di sekitarnya terkait dengan perilaku yang akan dilakukan. Dalam hal mendaftar haji, norma subjektif dapat terbentuk melalui pengaruh keluarga, teman, dan komunitas agama yang mendukung atau mendorong seseorang untuk mendaftar haji. Penelitian oleh (Aryadhe et al., 2018) menghasilkan kesimpulan bahwa norma subjektif dapat terbentuk melalui pengaruh keluarga, teman, dan komunitas agama yang mendukung atau mendorong seseorang untuk mendaftar haji.

H3: Norma Subjektif Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.4.4 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji

Penelitian dalam psikolog sosial menunjukkan bahwa niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu merupakan faktor penentu iya atau tidaknya individu dalam melakukan perilaku tersebut. TPB menjelaskan bahwa keyakinan dapat memengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah

perilaku individu. Persepsi kontrol perilaku mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka memiliki kendali atau kekuasaan atas perilaku yang diinginkan. Dalam konteks mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku mencakup keyakinan individu tentang apakah mereka memiliki kemampuan, sumber daya, atau kesempatan untuk mendaftar haji. Jika seseorang merasa bahwa mereka memiliki kendali yang cukup atau mampu untuk mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku akan memengaruhi niat mereka secara positif. Mereka mungkin merasa yakin bahwa mereka dapat mengatasi kendala atau hambatan yang mungkin muncul dalam proses pendaftaran dan pelaksanaan haji. Keyakinan ini dapat berdampak positif pada keinginan mereka untuk mendaftar dan melaksanakan ibadah haji. Dalam konteks mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku mencakup keyakinan individu tentang apakah mereka memiliki kemampuan, sumber daya, atau kesempatan untuk mendaftar haji. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku mampu memoderasi niat, diungkapkan oleh (Amalia & Setyono, 2023), (Japeri, 2017) dan (Tornikoski & Maalaoui, 2019)

H4: Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.4.5 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji

Teori TPB adalah kerangka kerja yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara sikap, norma subjektif, dan niat perilaku. Teori ini berpendapat bahwa perilaku seseorang didasarkan pada niat yang dipengaruhi oleh sikap individu terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif yang merupakan persepsi individu tentang pandangan kelompok signifikan terhadap perilaku tersebut (Tornikoski & Maalaoui, 2019). Dalam konteks komunikasi krisis, teori TPB dapat diterapkan untuk memahami bagaimana persepsi kontrol perilaku memoderasi hubungan antara komunikasi krisis dan niat perilaku individu. Moderasi komunikasi krisis mengacu pada pengaruh komunikasi krisis terhadap niat perilaku individu yang dapat dipengaruhi oleh tingkat persepsi kontrol perilaku. Dalam hal ini, jika individu merasa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap perilaku yang diharapkan dalam situasi krisis, komunikasi krisis kemungkinan akan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap niat perilaku mereka (Kurniawan et al., 2022). Sebaliknya, jika individu merasa memiliki tingkat kontrol yang rendah, komunikasi krisis mungkin memiliki pengaruh yang lebih lemah terhadap niat perilaku mereka (Japeri, 2017). Individu dengan persepsi kontrol perilaku yang tinggi, yaitu mereka yang percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku mereka, cenderung lebih termotivasi untuk bertindak sesuai dengan niat mereka, terlepas dari informasi krisis yang diterima. Jadi, jika individu memiliki keyakinan kuat bahwa mereka dapat mengatasi kendala atau risiko yang terkait dengan perjalanan haji, komunikasi krisis yang mungkin menekankan situasi yang sulit atau risiko yang ada mungkin memiliki dampak yang lebih kecil pada niat mereka untuk mendaftar haji.

H5: Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.4.6 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji

Konsep yang mendasari teori TPB untuk memahami bagaimana persepsi kontrol perilaku dapat memoderasi hubungan antara norma subjektif dan niat untuk mendaftar haji. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan kelompok signifikan (misalnya, keluarga, teman, atau komunitas) terhadap perilaku tertentu, seperti mendaftar haji. Teori TPB dan konsep persepsi kontrol perilaku sebagai moderator dalam konteks komunikasi krisis merupakan dasar teoritis yang dapat digunakan untuk membantu memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku individu (Kurniawan et al., 2022). Persepsi kontrol perilaku dapat memengaruhi cara individu menafsirkan dan merespons norma subjektif yang ada. Individu dengan persepsi kontrol perilaku yang tinggi mungkin lebih cenderung mempertimbangkan norma subjektif sebagai faktor penting dalam mengambil keputusan, tetapi mereka tetap memiliki kebebasan dan otonomi dalam memilih perilaku mereka. Di sisi lain, individu dengan persepsi kontrol perilaku yang rendah mungkin lebih cenderung merespons norma subjektif dengan mengikuti tekanan sosial dan ekspektasi orang lain. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku mampu memoderasi norma subjektif terhadap niat, antara lain oleh (Erlina et al., 2019), (Zheng et al., 2020) dan (Ikhsan & Sukardi, 2020).

H6: Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji

2.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ialah bagian yang penting dalam suatu riset lantaran definisi ini digunakan sebagai pengukuran variabel dalam riset serta sebagai dasara dalam pembuatan kuesioner riset. Definisi operasional dalam riset ini ditunjukkan oleh tabel berikut ini:

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala
1	Penalaran Moral	1. Orientasi hukuman dan ketaatan 2. Pandangan individualistik 3. Orientasi kesesuaian interpersonal 4. Orientasi “aturan dan tatanan” 5. Orientasi kontrak sosial dan legalistik 6. Orientasi prinsip etis universal (Elvandari, 2019)	Likert 1-5
2	Komunikasi Krisis	1. Transparasi 2. Kecepatan 3. Konsistensi 4. Empati 5. Komunikasi yang tepat 6. Perencanaan 7. Evaluasi (Zheng et al., 2020)	Likert 1-5

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala
3	Norma Subjektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi dukungan sosial 2. Pandangan individu 3. Norma sosial 4. Tanggung jawab 5. Pengaruh orang lain. (Tornikoski & Maalaoui, 2019) 	Likert 1-5
4	Persepsi Kontrol Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan pribadi 2. Keyakinan 3. Kontrol persepsi 4. Rencana tindakan 5. Pengalaman. (Amalia & Setyono, 2023) 	Likert 1-5
5	Niat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi 2. Komitmen 3. Konsisten 4. Penilaian diri. (Aryadhe et al., 2018) 	Likert 1-5

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam riset ialah data primer. Data primer ialah data yang dikumpulkan melalui wawancara atau kuesioner (Ghozali, 2018). Kuesioner diberikan kepada masyarakat umum yang berniat mendaftar haji.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berniat mendaftar haji. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, Rumus pengambilan sampel menurut Wibisono dalam (Ghozali, 2018) apabila populasi tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel 95%

Pada penentuan ini Z pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,96

Moe : Margin Of Error, yaitu tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka ditetapkan sampel yang diambil sebesar 100 masyarakat umum yang berniat mendaftar haji.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018).

Tabel 5. Skala Likert

	Pernyataan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan Software smart PLS 4 (Ghozali, 2018).

3.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Indikator dalam penelitian ini adalah reflektif karena indikator variabel laten memengaruhi indikatornya.

a) *Convergent Validity*

Indikator yang dinilai berdasar korelasi antara *item score* dan *construct score*, dilihat dari *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item indikator dengan *construct*nya. Ukuran reflektif individual tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan *construct* yang ingin diukur, sedangkan menurut (Ghozali, 2018) nilai *outer loading* antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.

b) *Discriminant Validity*

Suatu variabel dikatakan valid secara diskriminan yakni dengan membandingkan nilai akar dari AVE (Fornell-Larcker Criterion) dengan nilai korelasi antar variabel latent. Nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel latent (nilai AVE).

c) *Composite Reliability*

Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*, suatu variabel dapat dinyatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach's alpha* ≥ 0.7 dan *Composite reliability* ≥ 0.8 .

d) *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE lebih besar dari 0,5 yang diharapkan pada penelitian ini.

e) *Cronbach's Alpha*

Merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's alpha* $> 0,7$.

3.4.2 Model Struktural (Inner Model)

Analisis Inner Model digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang diuji dalam model. *Inner Model* dapat dilihat dari indikator:

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R^2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2018).

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak dapat dilakukan dengan uji hipotesis menggunakan nilai *p-value* dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika *p-value* $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan jika *p-value* $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

4.1.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
Jumlah		100	100%

Tabel 6 di atas menunjukkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki 56% sedangkan perempuan 44%, sehingga responden penelitian ini dominan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56%, hal ini karena responden yang ditemui paling banyak adalah laki – laki.

4.1.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah	Prosentase
1	18– 25	5	5%
2	25- 30	26	26%
3	> 30	69	69%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan Tabel 7 di atas menunjukkan jumlah responden paling banyak responden pada rentang usia di atas 30 tahun sebanyak 69%, disusul rentang usia 25-30 tahun sebanyak 26%. Maka disimpulkan responden penelitian ini didominasi pada usia di atas 30 tahun yaitu sebanyak 69%, hal ini disebabkan oleh responden dengan rentang usia diatas 30 tahun dapat menentukan niat dengan kesadaran diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh orang lain atau lingkungan sekitar.

4.1.3 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 8. Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SMA/SMK	21	21%
2	D3	9	9%
3	S1	59	59%
4	S2	9	9%
5	S3	2	2%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir dengan jumlah paling banyak adalah pendidikan S1 sebanyak 59%, disusul SMA/SMK sebanyak 21%. Sehingga dapat disimpulkan responden

penelitian ini dari sisi pendidikan terakhir didominasi jenjang pendidikan S1 yaitu sebanyak 59%.

4.1.4 Karakter Responden Berdasarkan Marital Status

Tabel 9. Karakter Responden Berdasarkan Marital Status

No	Status	Jumlah	Prosentase
1	Sudah Menikah	70	70%
2	Belum Menikah	30	30%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa responden dengan marital status sudah menikah dengan jumlah paling banyak yaitu 70%, sedangkan yang belum menikah adalah 30%. Sehingga responden penelitian ini dominan sudah menikah yaitu sebanyak 70%.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah: 1, Skor penilaian tertinggi adalah: 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80 \text{ (Sudjana, 2011)}$$

Dengan hasil : a. 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

b. 1,81 – 2,60 = Rendah

c. 2,61 – 3,40 = Sedang

d. 3,41 – 4,20 = Tinggi

e. 4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

4.2.1 Deskripsi Variabel Penalaran Moral

Tabel 10. Deskripsi Variabel Penalaran Moral

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
PM1	Saya patuh terhadap tata cara pendaftaran haji	4,050	Tinggi
PM2	Waktu tunggu hingga 30 tahun dapat diterima bagi jamaah haji, mengingat banyaknya jumlah pendaftar dan terbatasnya kuota pemberangkatan	4,110	Tinggi
PM3	Saya berniat mendaftar haji, bukan karena banyak orang disekitar saya sudah mendaftar haji dan menyesuaikan diri untuk menghindari celaan orang lain jika belum mendaftar haji.	4,030	Tinggi
PM4	Kemenag memiliki kewajiban untuk melakukan pelayanan terbaik bagi jamaah haji sesuai aturan yang berlaku	4,070	Tinggi

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
PM5	Haji melalui Kemenag terjamin legalitasnya, dibandingkan haji backpacker yang illegal dan melanggar hukum pemerintah Arab Saudi	3,990	Tinggi
PM6	Pembagian kuota keberangkatan jamaah haji tiap provinsi sudah adil bagi pihak masyarakat	3,860	Tinggi
Rata-rata Total		4,018	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa jawaban responden rata-rata tinggi pada variabel penalaran moral. Jawaban dengan nilai tertinggi diberikan item pernyataan “Waktu tunggu hingga 30 tahun dapat diterima bagi jamaah haji, mengingat banyaknya jumlah pendaftar dan terbatasnya kuota pemberangkatan”.

4.2.2 Deskripsi Variabel Komunikasi Krisis

Tabel 11. Deskripsi Variabel Komunikasi Krisis

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
KK1	Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) memiliki peran penting dalam menjamin transparansi pengelolaan dana haji, yang mencakup pemantauan dan pertanggungjawaban penggunaan dana	3,950	Tinggi
KK2	Respon Kemenag atas permasalahan haji sudah cepat	3,850	Tinggi
KK3	Konsistensi dalam pelayanan mencakup penyediaan fasilitas yang sama dan pemenuhan standar yang telah ditetapkan untuk semua jamaah	3,990	Tinggi
KK4	Kemenag menyadari bahwa kenaikan biaya haji dapat menjadi beban tambahan bagi masyarakat dan berkomitmen untuk mencari solusi yang adil dan berkelanjutan	4,080	Tinggi
KK5	Kementerian Agama (Kemenag) menjalankan komunikasi yang tepat dan transparan kepada masyarakat mengenai kenaikan biaya haji, dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat	4,060	Tinggi
KK6	Kemenag memiliki perencanaan yang baik dalam alur pendaftaran hingga pemberangkatan haji	3,980	Tinggi
KK7	Pemerintah melalui Kemenag selalu melakukan evaluasi secara teratur	3,870	Tinggi
Rata-rata Total		3,985	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 11 di atas menunjukkan bahwa jawaban responden rata-rata tinggi atas tanggapan terhadap komunikasi pihak Kemenag. Jawaban dengan nilai tertinggi diberikan item pernyataan “Kemenag menyadari bahwa kenaikan biaya haji dapat menjadi beban tambahan bagi masyarakat dan berkomitmen untuk mencari solusi yang adil dan berkelanjutan”.

4.2.3 Deskripsi Variabel Norma Subjektif

Tabel 12. Deskripsi Variabel Norma Subjektif

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
NS1	Lingkungan menganjurkan saya untuk segera mendaftar haji	3,900	Tinggi
NS2	Alur pendaftaran haji mudah dipahami	3,950	Tinggi
NS3	Dengan berhaji, dapat menaikkan status sosial individu dalam masyarakat	4,030	Tinggi
NS4	Setiap umat muslim wajib melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu	4,050	Tinggi
NS5	Teman-teman saya sudah banyak yang mendaftar haji, itu yang menjadi motivasi untuk segera mendaftar haji.	3,950	Tinggi
Rata-rata Total		3,976	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 12 di atas menunjukkan jawaban responden rata-rata tinggi pada variabel norma subjektif. Jawaban dengan nilai tertinggi pada item pernyataan “Setiap umat muslim wajib melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu”.

4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Tabel 13. Deskripsi Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
PKP1	Saya mampu mengelola keuangan saya untuk segera bisa mendaftar haji	3,870	Tinggi
PKP2	Pemberangkatan haji sesuai dengan antrian	3,990	Tinggi
PKP3	Kemenag sudah berperan sangat efektif dalam urusan haji di Indonesia	4,010	Tinggi
PKP4	Saya memiliki rencana sebelum usia 40 harus bisa mendaftar haji	3,920	Tinggi
PKP5	Kemenag memberikan banyak pilihan kemudahan dalam pendaftaran haji	3,950	Tinggi
Rata-rata Total		3,948	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 13 di atas menunjukkan bahwa jawaban responden rata-

rata tinggi pada variabel persepsi kontrol perilaku. Jawaban dengan nilai tertinggi diberikan item pernyataan “Kemenag sudah berperan sangat efektif dalam urusan haji di Indonesia”.

4.2.5 Deskripsi Variabel Niat

Tabel 14. Deskripsi Variabel Niat

Kode	Item Pernyataan	Rata-rata	Kriteria
NT1	Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima	4,180	Tinggi
NT2	Saya bertekad untuk memenuhi persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh otoritas terkait dalam proses pendaftaran haji	4,030	Tinggi
NT3	Saya selalu menabung per bulannya untuk biaya mendaftar haji	3,830	Tinggi
NT4	Saya akan mengevaluasi tingkat ketaatan saya dalam menjalankan ibadah sehari-hari dan melakukan introspeksi atas kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki sebelum melaksanakan ibadah haji	4,050	Tinggi
Rata-rata Total		4,023	Tinggi

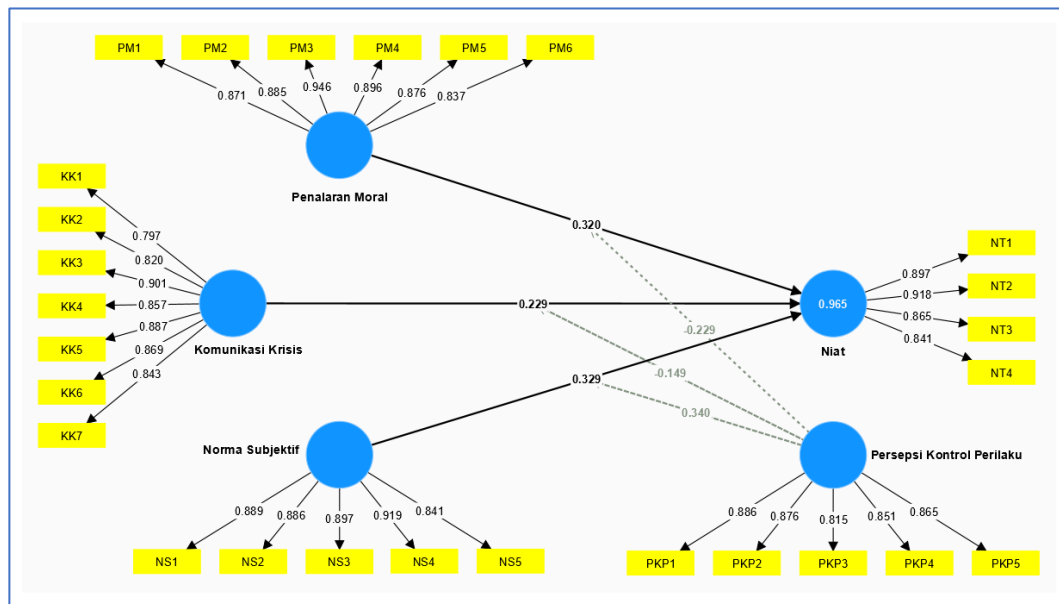
Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 14 di atas menunjukkan bahwa jawaban responden rata-rata tinggi pada variabel niat. Jawaban dengan nilai tertinggi diberikan item pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima”.

4.3 Analisis Uji Kelayakan Model (*Outer Model*)

4.3.1 *Output Outer Model*

Pengukuran *outer* pada model penelitian ini digunakan untuk menguji mengenai indikator-indikator yang digunakan memiliki validitas yang baik. Pada pengujian ini menspesifikasikan pengaruh indikator-indikator dengan variabel latennya. Skema model *outer* program *Smart Partial Least Square (SmartPLS 4.0)* digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Outer Model

Sumber : Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2023

4.3.2 Validitas Instrumen

Pengujian validitas diterapkan pada semua item pertanyaan di setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas mencakup *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.

4.3.2.1 Convergent Validity (Uji Validitas Konvergen dan Nilai AVE)

Indikator yang dinilai berdasar korelasi antara *item score* dan *construct score*, dilihat dari *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item indikator dengan *construct* nya. Ukuran refleksif individual tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dengan *construct* yang ingin diukur, serta nilai (*Average Variance Extracted / AVE*) $> 0,5$.

Tabel 15. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading
Penalaran Moral	PM1	0,871
	PM2	0,885
	PM3	0,946
	PM4	0,896
	PM5	0,876
	PM6	0,837
Komunikasi Krisis	KK1	0,797
	KK2	0,820
	KK3	0,901
	KK4	0,857

Variabel	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>
	KK5	0,887
	KK6	0,869
	KK7	0,843
Norma Subjektif	NS1	0,889
	NS2	0,886
	NS3	0,897
	NS4	0,919
	NS5	0,841
Persepsi Kontrol Perilaku	PKP1	0,886
	PKP2	0,876
	PKP3	0,815
	PKP4	0,851
	PKP5	0,865
Niat	NT1	0,897
	NT2	0,918
	NT3	0,865
	NT4	0,841

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 16. Nilai AVE

Variabel	AVE
Penalaran Moral	0,785
Komunikasi Krisis	0,730
Norma Subjektif	0,786
Persepsi Kontrol Perilaku	0,738
Niat	0,776

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 15 dan tabel 16, nilai *outer loading* semua variable besarnya di atas 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing variabel penelitian > 0,5. Maka dapat dinyatakan semua variabel valid konvergen, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian sudah valid untuk digunakan dalam penelitian.

4.3.2.2 *Discriminant Validity* (Uji Validitas Diskriminan)

Suatu variabel dikatakan valid secara diskriminan yakni dengan membandingkan nilai akar dari AVE (*Fornell-Larcker Criterion*) dengan nilai korelasi antar variabel latent. Nilai akar AVE harus lebih besar dr korelasi antar variabel latent (nilai AVE).

Tabel 17. Uji Validitas Diskriminan

No	Variabel	Nilai FL (<i>Fornell-Larcker</i>)	Nilai AVE
1	Penalaran Moral	0,886	0,785
2	Komunikasi Krisis	0,854	0,730

No	Variabel	Nilai FL (<i>Fornell-Larcker</i>)	Nilai AVE
3	Norma Subjektif	0,887	0,786
4	Persepsi Kontrol Perilaku	0,859	0,738
5	Niat	0,881	0,776

Sumber : Data primer diolah, 2023

Uji validitas diskriminan dengan membandingkan nilai akar dari AVE (*Fornell-Larcker Criterion*) dengan nilai korelasi antar variabel laten. Dari Tabel 17 ditunjukkan bahwa nilai FL dari variabel penalaran moral, komunikasi krisis, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat, nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai AVE nya. Maka dapat dinyatakan bahwa instrumen dari semua variabelnya adalah valid secara diskriminan.

4.3.2.3 *Composite Reliability* (Uji Reliabilitas)

Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*, suatu variabel dapat dinyatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,7 dan *Composite reliability* > 0,8.

Tabel 18. Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	Keterangan
1	Penalaran Moral	0,945	0,956	Reliabel
2	Komunikasi Krisis	0,938	0,950	Reliabel
3	Norma Subjektif	0,932	0,948	Reliabel
4	Persepsi Kontrol Perilaku	0,911	0,934	Reliabel
5	Niat	0,904	0,933	Reliabel

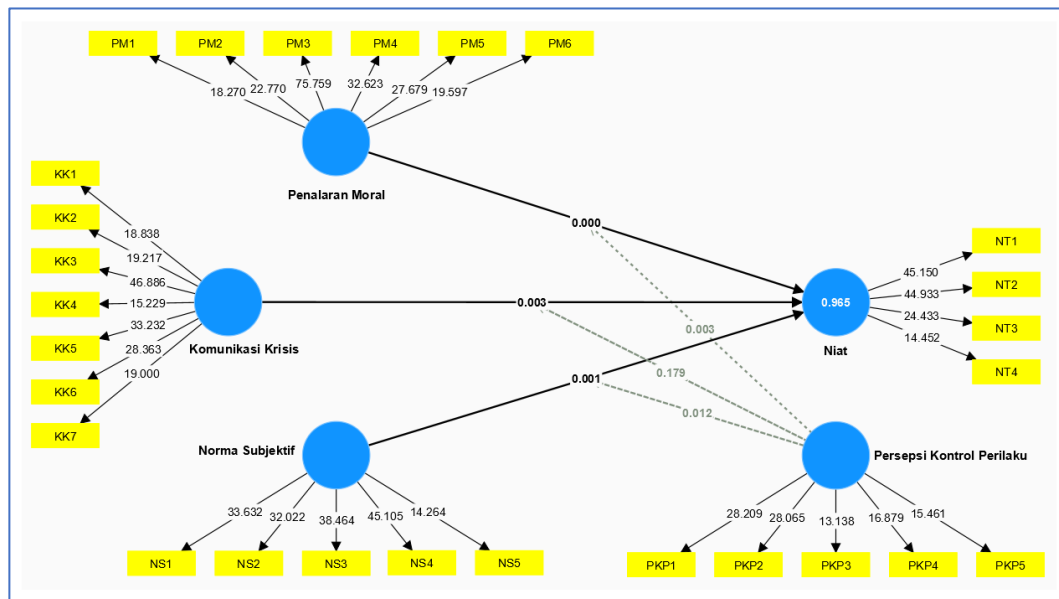
Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 18, bahwa variabel penalaran moral, komunikasi krisis, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat, dengan nilai *Cronbach's alpha* > 0,7 dan *Composite reliability* > 0,8 maka semua variabel bisa dinyatakan reliabel.

4.4 Analisis Uji Struktural (*Inner Model*)

4.4.1 *Output Inner Model*

Pengukuran *inner* pada model penelitian ini digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten. Skema *inner model* program *Smart Partial Least Square (SmartPLS 4.0)* digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. Inner Model

Sumber : Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2023

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Pengujian koefisien determinasi berfungsi untuk menentukan model yang diuji layak dengan melihat hasil penelitiannya. Nilai koefisien determinasi dapat ditunjukkan melalui nilai *R-Square* dan nilai *R-Square Adjusted*. Nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 19. Koefisien Determinasi

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Niat	0,965	0.963

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 19 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* niat sebesar 0,965 artinya variabel niat dipengaruhi oleh penalaran moral, komunikasi krisis, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebesar 0,965 atau 96,5% selebihnya 3,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini.

4.4.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak dapat dilakukan dengan uji hipotesis menggunakan nilai *p-value* dengan tingkat signifikansi 0,05. Dalam metode bootstrapping pada penelitian ini, jika *p-value* < 0,05 maka hipotesis diterima dan jika *p-value* > 0,05 maka hipotesis ditolak. Berikut adalah nilai *p-value* untuk masing-masing hipotesis :

Tabel 20. Uji Hipotesis

Hipotesis	Rumusan Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>P-Value</i>	Hasil Pengujian
H1	Penalaran Moral Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji	0,320	0,000	Diterima
H2	Komunikasi Krisis Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji	0,229	0,003	Diterima
H3	Norma Subjektif Berpengaruh Positif Terhadap Niat Mendaftar Haji	0,329	0,001	Diterima
H4	Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji	-0,229	0,003	Ditolak
H5	Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji	-0,149	0,179	Ditolak
H6	Persepsi Kontrol Perilaku Mampu Memoderasi Positif Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji	0,340	0,012	Diterima

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 20 di atas, dapat dilihat status H1 sampai H6 dengan uraian sebagai berikut:

- H1. Uji H1 menunjukkan nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dan nilai *original sample* sebesar 0,320 menunjukkan arah positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 pada penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan penalaran moral terhadap niat mendaftar haji.
- H2. Uji H2 menunjukkan nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($<0,05$) dan nilai *original sample* sebesar 0,229 menunjukkan arah positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 pada penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji.
- H3. Uji H3 menunjukkan nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($<0,05$) dan nilai *original sample* sebesar 0,329 menunjukkan arah positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 pada penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.
- H4. Uji H4 menunjukkan nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($<0,05$) dan nilai *original sample* sebesar -0,229 menunjukkan arah negatif. Artinya apabila dukungan penalaran moral tinggi namun persepsi kontrol perilaku rendah maka niat mendaftar haji akan menurun. Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis yang menunjukkan arah positif. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak, yaitu persepsi kontrol

perilaku memperlemah pengaruh penalaran moral terhadap niat mendaftar haji.

- H5. Uji H5 menunjukkan nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,179 atau lebih dari 0,05 dan nilai *original sample* sebesar -0,149 menunjukkan arah negatif. Maka dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak, yaitu persepsi kontrol perilaku tidak terbukti berperan sebagai variabel moderasi antara pengaruh komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji.
- H6. Uji H6 menunjukkan nilai signifikansi yang dihasilkan dilihat dari *p-value* adalah 0,012 lebih kecil dari nilai *alpha* sebesar 0,05. Nilai *original sample* sebesar 0,340 menunjukkan arah hubungan positif, berarti semakin meningkat norma subjektif dan semakin meningkat persepsi kontrol perilaku, maka niat mendaftar haji akan semakin meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 diterima yaitu yaitu persepsi kontrol perilaku mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan penalaran moral terhadap niat mendaftar haji. Diterimanya hipotesis ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator variabel penalaran moral yaitu pandangan individualistik dengan pernyataan “Waktu tunggu hingga 30 tahun dapat diterima bagi jamaah haji, mengingat banyaknya jumlah pendaftar dan terbatasnya kuota pemberangkatan” dengan nilai tinggi sebesar 4,110. Sementara itu, tanggapan responden terhadap indikator variabel niat yaitu motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” dengan nilai tinggi sebesar 4,180. Respon responden terhadap variabel penalaran moral memiliki nilai rata-rata total sebesar 4,018 yang artinya mayoritas respon responden menjawab setuju. Teori TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Penalaran moral mencakup kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan mengambil keputusan moral yang berkaitan dengan perilaku mereka. Sementara itu, niat mendaftar haji mengacu pada keinginan atau kesengajaan seseorang untuk melaksanakan ibadah haji sebagai kewajiban dalam agama Islam. Penalaran moral yang matang dan tinggi dapat berpengaruh terhadap niat mendaftar haji. Individu yang memiliki penalaran moral yang lebih tinggi cenderung mempertimbangkan nilai-nilai etis dan prinsip-prinsip agama dalam pengambilan keputusan mereka. Dalam konteks mendaftar haji, penalaran moral yang matang dapat mendorong individu untuk mengenali pentingnya pelaksanaan ibadah haji sebagai kewajiban agama yang signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Dwiyanti & Sariyani, 2018) dan (Zheng et al., 2020). juga menyatakan bahwa pengaruh penalaran moral terhadap niat juga menghasilkan pengaruh secara positif dan signifikan.

4.5.2 Pengaruh Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji. Diterimanya hipotesis ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator variabel komunikasi krisis yaitu empati dengan pernyataan “Kemenag menyadari bahwa kenaikan biaya haji dapat menjadi beban tambahan bagi masyarakat dan berkomitmen untuk mencari solusi yang adil dan berkelanjutan” dengan nilai tinggi sebesar 4,080. Sementara itu, tanggapan responden terhadap indikator variabel niat yaitu motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” dengan nilai tinggi sebesar 4,180. Respon responden terhadap variabel komunikasi krisis memiliki nilai rata-rata total sebesar 3,985 yang artinya mayoritas respon responden menjawab setuju. TPB menyebutkan bahwa kendali perilaku dalam berkomunikasi melibatkan keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk melaksanakan tindakan tersebut. Hubungan dengan penelitian ini adalah permasalahan kenaikan biaya haji harus bisa di respon dengan komunikasi yang baik dari Kemenag, sehingga akan menghasilkan komunikasi krisis yang efektif dan efisien. Hubungan antara komunikasi krisis dan niat mendaftar haji dapat berkaitan dengan pengaruh informasi yang disampaikan selama situasi krisis terhadap persepsi individu terkait dengan keamanan, risiko, dan kelayakan melakukan perjalanan haji. Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang efektif, transparan, dan tepat waktu selama situasi darurat atau krisis. Tujuan dari komunikasi krisis adalah untuk memberikan informasi yang akurat, mengurangi kebingungan dan ketidakpastian, membangun kepercayaan, dan membantu mengelola situasi krisis secara efektif. Penelitian terdahulu oleh (Zheng et al., 2020) dan (Divya Rizky Kirana & Yulianita, 2023) menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi krisis terhadap niat.

4.5.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subjektif terhadap niat mendaftar haji. Diterimanya hipotesis ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator variabel norma subjektif yaitu tanggung jawab dengan pernyataan “Setiap umat muslim wajib melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu” dengan nilai tinggi sebesar 4,050. Sementara itu, tanggapan responden terhadap indikator variabel niat yaitu motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” dengan nilai tinggi sebesar 4,180. Respon responden terhadap variabel norma subjektif memiliki nilai rata-rata total sebesar 3.976 yang artinya mayoritas respon responden menjawab setuju. Hubungan antara norma subjektif dan niat untuk mendaftar haji dapat dijelaskan dalam konteks teori TPB. Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat mereka, dan niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan sosial atau tekanan dari orang-orang di sekitarnya terkait dengan perilaku yang akan dilakukan. Dalam hal mendaftar haji, norma subjektif dapat terbentuk melalui pengaruh keluarga, teman, dan komunitas agama yang mendukung atau mendorong seseorang untuk mendaftar

haji. Penelitian oleh (Aryadhe et al., 2018) menghasilkan kesimpulan bahwa norma subjektif dapat terbentuk melalui pengaruh keluarga, teman, dan komunitas agama yang mendukung atau mendorong seseorang untuk mendaftar haji.

4.5.4 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Penalaran Moral Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian persepsi kontrol perilaku memperlemah pengaruh penalaran moral terhadap niat mendaftar haji. Artinya dukungan penalaran moral yang tinggi dengan persepsi kontrol perilaku yang rendah maka niat mendaftar haji akan menurun.

Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis yang menunjukkan arah positif. Ditolaknya hipotesis ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator pada variabel persepsi kontrol perilaku dengan nilai terendah sebesar 3,870 yaitu kemampuan pribadi dengan pernyataan “Saya mampu mengelola keuangan saya untuk segera bisa mendaftar haji”. Tanggapan responden terhadap indikator variabel penalaran moral yaitu pandangan individualistik dengan pernyataan “Waktu tunggu hingga 30 tahun dapat diterima bagi jamaah haji, mengingat banyaknya jumlah pendaftar dan terbatasnya kuota pemberangkatan” dengan nilai tinggi sebesar 4,110. Sementara itu, tanggapan responden terhadap indikator variabel niat yaitu motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” dengan nilai tinggi sebesar 4,180. TPB menjelaskan bahwa keyakinan dapat memengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu. Persepsi kontrol perilaku mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka memiliki kendali atau kekuasaan atas perilaku yang diinginkan. Dalam konteks mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku mencakup keyakinan individu tentang apakah mereka memiliki kemampuan, sumber daya, atau kesempatan untuk mendaftar haji. Jika seseorang merasa bahwa mereka tidak memiliki kendali yang cukup atau tidak mampu untuk mendaftar haji, persepsi kontrol perilaku akan memengaruhi niat mereka secara negatif. Mereka mungkin merasa tidak yakin bahwa mereka dapat mengatasi kendala atau hambatan yang mungkin muncul dalam proses pendaftaran dan pelaksanaan haji. Ketidakyakinan ini dapat berdampak negatif pada keinginan mereka untuk mendaftar dan melaksanakan ibadah haji. Hasil penelitian ini didukung oleh (Amalia & Setyono, 2023), (Japeri, 2017) dan (Tornikoski & Maalaoui, 2019)

4.5.5 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Komunikasi Krisis Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian nilai *p-value* yang dihasilkan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,179 atau lebih dari 0,05, sehingga persepsi kontrol perilaku tidak terbukti berperan sebagai variabel moderasi antara pengaruh komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji, maka H5 ditolak. Hasil tersebut berarti bahwa persepsi kontrol perilaku tidak berperan sebagai pemoderasi atau tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh antara dukungan komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji.

Ditolaknya hipotesis ini terbukti dengan tanggapan responden variabel komunikasi krisis dengan nilai rata-rata 3,985 yang artinya mayoritas tanggapan responden menjawab setuju sehingga menunjukkan bahwa komunikasi krisis memiliki nilai yang baik. Namun pada indikator yang memiliki nilai lebih rendah yaitu kecepatan dengan pernyataan “Respon Kemenag atas permasalahan haji sudah cepat” memiliki nilai 3,850 dan evaluasi dengan pernyataan “Pemerintah melalui Kemenag selalu melakukan evaluasi secara teratur” memiliki nilai 3,870. Sedangkan nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel niat sebesar 4,023, dengan nilai tertinggi pada indikator motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” sebesar 4,180. Serta variabel persepsi kontrol perilaku memiliki nilai rata-rata 3,948 yang mayoritas tanggapan responden menjawab setuju. Individu dengan persepsi kontrol perilaku yang tinggi, yaitu mereka yang percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku mereka, cenderung lebih termotivasi untuk bertindak sesuai dengan niat mereka, terlepas dari informasi krisis yang diterima. Jadi, jika individu memiliki keyakinan kuat bahwa mereka dapat mengatasi kendala atau risiko yang terkait dengan perjalanan haji, komunikasi krisis yang mungkin menekankan situasi yang sulit atau risiko yang ada, tidak memiliki dampak pada niat mereka untuk mendaftar haji. Penelitian ini tidak sejalan dengan (Kurniawan et al., 2022). dan (Japeri, 2017).

4.5.6 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Memoderasi Norma Subjektif Terhadap Niat Mendaftar Haji

Berdasarkan hasil penelitian persepsi kontrol perilaku mampu memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap niat mendaftar haji. Diterimanya hipotesis ini dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator variabel persepsi kontrol perilaku yaitu kontrol persepsi dengan pernyataan “Kemenag sudah berperan sangat efektif dalam urusan haji di Indonesia” dengan nilai tinggi sebesar 4,010. Tanggapan responden terhadap indikator variabel norma subjektif yaitu tanggung jawab dengan pernyataan “Setiap umat muslim wajib melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu” dengan nilai tinggi sebesar 4,050. Sementara itu, tanggapan responden terhadap indikator variabel niat yaitu motivasi dengan pernyataan “Saya berniat mendaftar haji karena ingin melaksanakan rukun Islam kelima” dengan nilai tinggi sebesar 4,180. Konsep yang mendasari teori TPB untuk memahami bagaimana persepsi kontrol perilaku dapat memoderasi hubungan antara norma subjektif dan niat untuk mendaftar haji. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan kelompok signifikan (misalnya, keluarga, teman, atau komunitas) terhadap perilaku tertentu, seperti mendaftar haji. Di sisi lain, individu dengan persepsi kontrol perilaku yang rendah mungkin lebih cenderung merespons norma subjektif dengan mengikuti tekanan sosial dan ekspektasi orang lain. Begitupun sebaliknya, semakin meningkat norma subjektif dan semakin meningkat persepsi kontrol perilaku, maka niat mendaftar haji akan semakin meningkat. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku mampu memoderasi norma subjektif terhadap niat, antara lain oleh (Erlina et al., 2019), (Zheng et al., 2020) dan (Ikhsan & Sukardi, 2020).

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penalaran moral terhadap niat mendaftar haji.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.
4. Persepsi kontrol perilaku memperlemah pengaruh penalaran moral terhadap niat mendaftar haji
5. Persepsi kontrol perilaku tidak berperan sebagai pemoderasi atau tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh antara dukungan komunikasi krisis terhadap niat mendaftar haji.
6. Persepsi kontrol perilaku mampu memoderasi dengan memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap niat mendaftar haji.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menghadapi beberapa keterbatasan di saat proses melakukan penelitian, antara lain:

1. Keterbatasan objek dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti tiga variabel independen. Mungkin faktor-faktor minat haji sangat banyak tapi peneliti hanya meneliti tiga variabel independen.
2. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai intrumen penelitian sehingga kemungkinan terjadi bias, hal ini bisa terjadi dalam pengisian kuesioner tidak benar-benar diisi oleh responden yang bersangkutan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan kepada responden yang berada pada satu kota saja di Indonesia yaitu Semarang, sehingga dapat mengurangi kemampuan dalam menggeneralisir hasil penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian maka saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Variabel penalaran moral adalah variabel dengan pengaruh terbesar pada penelitian ini, bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mendetail dalam menentukan indikator penelitian, serta peneliti selanjutnya dapat menambah dan mengembangkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini serta indikator agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dalam pengisian kuesioner responden dapat didampingi secara langsung dan diberi penjelasan mengenai setiap item pernyataan, agar informasi yang diperoleh lebih tepat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuat penelitian yang lebih luas jangkauannya, tidak hanya dalam satu kota saja, misalnya saja dengan memperluas ruang populasi sehingga lebih luas dan efektif dalam pengambilan jumlah sampel penelitian.