

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Dan Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) dalam bukunya, metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, dan tujuan, dan kegunaannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian statistik deskriptif merupakan penelitian statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018). Penelitian kuantitatif adalah sebagai teknik penelitian ilmiah yang menggunakan metode statistik, yakni dengan mengumpulkan, menyusun, meringkas dan mempresentasikan data hasil penelitian dalam bentuk angka atau statistik. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan dengan metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *Physical evidence* (X_1) dan promosi digital (X_2) Terhadap minat calon Jamaah (Y) pada PT. Sianok Indah Holiday. Pendekatan penelitian kuantitatif ini dipilih karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.

B. Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono, lokasi penelitian adalah tempat dimana analisis penelitian berada. Sebuah sarana yang akan terjadi tempat perolehan jawaban dan data yang diinginkan dan tanpa lokasi penelitian, maka sebuah penelitian tidak akan bisa dilakukan dan terlaksana dengan baik (Arifin, 2012).

Lokasi yang digunakan dalam Penelitian ini adalah PT. Sianok Indah Holiday dengan sebuah alasan dikarenakan melihat keadaan disana dengan perkembangan perusahaan yang dilakukan dan bagaiman pengaturan sebuah manajemen yang baik serta strategi *marketing* yang dilakukan perusahaan demi mencapai sebuah tujuan perusahaan yang ada di PT. Sianok Indah Holiday. Maka hal ini menjadi salah satu faktor bagi penulis, untuk meneliti kenapa bisa hal itu terjadi di PT. Sianok Indah Holiday, Bagaimana travel ini mampu bertahan dengan perkembangan teknologi serta mampu mengimbangi pesaing travel lain dengan teknik penjualan sehingga para jamaah masih loyar bersama PT. Sianok Indah Holiday, mengingat perusahaan ini sudah berdiri sejak 1991, artinya sudah 34 tahun dan sampai sekarang masih berjalan dengan sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan yang telah lebih dari 30 tahun ini mesti

ada latar belakang yang menyebabkan perusahaan ini tetap *survive* dalam proses perkembangan tersebut.

Dalam hal ini lokasi penelitian yang penulis cantumkan dalam skripsi ini bertempat di Jl.Prof. Dr. Hamka No. 44, Air Tawar Barat Kota Padang.

C. Populasi Dan Sampel

1) Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Martono, 2014).

Menurut Sugiyono (2018), Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dengan demikian populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah calon jamaah yang belum berangkat umrah pada PT. Sianok Indakh Holiday. Populasi jamaah yang berminat di dapatkan dari orang-orang yang berkunjung ke kantor dan juga jamaah yang bertanya dan tergabung di grup jamaah perusahaan. Dalam hal ini jumlah populasi yang digunakan adalah 150 jamaah umrah yang minat menggunakan jasa dari PT. Sianok Indakh Holiday. Populasi dengan 150 responden di dapatkan dari awal bulan November sampai dengan akhir bulan Desember 2025.

2) Sampel

Menurut Sugiyono (2018), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Digunakan metode insidental *sampling*, yaitu teknik penentuan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Sampel di dapatkan dari jamaah dengan perusahaan yang berbeda- beda, yaitu dari Cordoba 20 jamaah, dari PT. Safa Nisa Rizki 10 jamaah.

Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) memberikan saran-saran tentang ukuran sample untuk penelitian sebagai berikut ini :

1. Ukuran Sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria- wanita) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol,

maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20 (Sugiyono, 2018).

Maka teknik pengumpulan populasi dan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendapat Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) (Sugiyono, 2023).

Oleh karena itu, menggunakan analisi regresi dan jumlah item kuesioner sebanyak 30 butir (indikator dari tiga variabel), maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah $5 \times 30 = 150$ responden. Sehingga yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling yaitu dengan pendekatan insidental sampling, yaitu siapa saja yang memenuhi kriteria dan bersedia menjadi responden saat dijumpai.

Hal ini dihitung berdasarkan:

$$\text{Jumlah Sampel} = 5 \times \text{jumlah item (Pertanyaan)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah item pertanyaan pada kuesioner

$$n = 5 \times 30$$

$$= 150 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Hair, jumlah sampel yang didapat dari populasi yang telah ada adalah sebanyak minimal 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu dengan pendekatan *insidental sampling*,

yaitu siapa saja yang memenuhi kriteria dan bersedia menjadi responden saat dijumpai (Sugiyono, 2023).

D. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah sebuah petunjuk yang menjelaskan kepada penulis mengenai bagaimana mengukur sebuah variabel secara konkret. Definisi Operasional membantu penulis untuk lebih mudah menentukan metode untuk mengukur atau menetapkan indikator.

Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*Variabel Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Sedangkan variabel terikat (*Variabel Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dimana variabel bebas (*Variabel Independen*) di gambarkan dengan simbol X dan variabel terikat (*Variabel Dependen*) di gambarkan dengan simbol Y. Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (*Variabel Independen*) yaitu Physical Evidence (X_1) dan Promosi Digital (X_2) serta satu variabel terikat (*Variabel Dependen*) yaitu minat calon jamaah (Y).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Teori	Nomor Pertanyaan
<i>Physical Evidence</i>	<i>Physical Evidence</i> atau Bukti Fisik adalah	1.Peralatan dan teknologi	Sofjan Anssauri	1-3

(X ₁)	karakteristik yang menjadi bernilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan jasa. Perhatian terhadap perlengkapan, bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2012)	2.Tampilan Karyawan 3.Fasilitas fisik 4.Material Publikasi	(2018)	4-5 6-9 10
Promosi Digital (X₂)	Promosi Digital strategi promosi dengan memanfaatkan media <i>digital marketing</i> seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi (TI) yang sangat pesat dan penerimaan yang sangat luas oleh semua lapisan masyarakat, berpengaruh pada prioritas model pemasaran digital	1. Media Sosial- 2.Konten Pomosi 3.Website perusahaan 4.Kecepatan Respon Digital	(Kotler & Keller, 2016).	1-2 3-4 5,6,7 8-9

	menjadi saluran utama dalam pemasaran (Kotler & Keller, 2012).			
Minat Calon Jamaah (Y)	Tindakan atau niat yang mencerminkan perencanaan untuk membeli suatu produk khusus (Kotler & Keller, 2016).	1. Tertarik mencari informasi 2. Niat menggunakan jasa 3. Keputusan untuk mendaftar 4. Kemauan untuk merekomendasikan	Lukas dan Brintth dalam Susilowati (2017) halaman 19	1-3 4-5 6-7 9

Sumber: data yang diolah, 2025

E. Sumber Data

Sumber data dalam konteks penelitian berujuk pada tempat atau asal dari mana peneliti mendapat informasi atau data yang digunakan untuk analisis dan penelitian. Sumber data merupakan elemen kunci dalam sebuah penelitian an dapat bervariasi tergantung pada jenis penelitian, metode pengumpulan data, dan objek penelitian (Kasmir, 2012).

Menurut Lexi Moleong, Sumber data adalah tempat memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, baik itu sumber data primer maupun data sekunder. Maka yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk melengkapi data yang sudah ada, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

- 1) Data Primer (*Primary Data*), Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar Husein, 2014). Data primer dapat juga diartikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh dari calon jamaah umrah yang mendaftar PT. Sianok Indakh Holiday.
- 2) Data Sekunder, Data Sekunder Data sekunder adalah data diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan sudah diolah oleh orang lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari penelitian terdahulu, literatur-literatur dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah sebuah alat bantu bagi seorang peneliti dalam metode pengumpulan data (Arikanto, 2016). Sehingga terdapat sebuah kaitan antara metode dengan instrumen pengumpulan data. Data merupakan salah satu komponen riset, artinya tanpa data tidak akan ada riset. Dalam pemilihan

metode pengumpulan data kadang-kadang dapat memerlukan lebih dari satu jenis instrumen yang dapat digunakan dalam bermacam metode. Data yang akan dicapai dalam riset haruslah data yang benar, karena data yang salah akan menghasilkan informasi yang salah.

Oleh karena itu data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui metode, yaitu: wawancara dan kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, pengumpulan ini dilakukan dengan cara membagikan Kuesioner yang dibagikan kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, pengumpulan ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Di dalam penelitian ini, sesuai dengan pemaparan diatas, peneliti mengumpulkan data dengan cara membagikan Kuesioner atau angket tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari masing masing variabel penelitian yaitu: *physical evidence* (X1), promosi *digital* (X2), dan minat calon jamaah (Y). Responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert

adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Data diolah menggunakan skala likert dengan jawaban atas pernyataan yaitu skala nilai 1, 2, 4 dan 5. Nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden.

Tabel 3.2
Kategori Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: data yang diolah, 2025

Di dalam penelitian ini, instrument yang digunakan merupakan kuesioner atau angket yang berisi pertanyaan. Bentuk pertanyaan yang akan digunakan adalah pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan alternative jawaban responden telah disediakan oleh peneliti. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Kuesioner yang berisi pertanyaan pada penelitian ini, dibentuk berdasarkan indikator dan variabel yang meliputi *physical evidence* (X1), promosi digital (X2) dan minat calon jamaah (Y)

Pada tabel 3.2 tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila responden memilih jawaban yang sudah disediakan dengan nilai sangat setuju (SS) maka akan diberi nilai 5, apabila responden memberikan nilai setuju (S) maka akan diberi nilai 4, Jika responden memberikan nilai kurang setuju (KS) maka akan diberi nilai 3, apabila responden nilai tidak setuju (TS) maka akan diberi nilai 2, dan apabila responden memberikan nilai sangat tidak setuju (STS) maka akan diberi nilai 1.

1. Jenis Instrumen Penelitian

Secara umum terdapat dua instrumen penelitian yang disusun peneliti, dan jenis instrumen kedua adalah jenis instrumen yang sudah standar. Jumlah instrumen kedua belum banyak beredar di Indonesia. Pada dasarnya butir-butir instrumen tersebut bersifat rahasia dan hanya boleh digunakan oleh pihak yang berwenang yaitu mereka yang telah memahami, terdidik serta telah mendalami instrumen tersebut dengan baik dan jelas. Instrumen terstandar disusun dengan baik dan dilakukan uji coba yang berulang-ulang dan penyusunan yang baik dan cermat (Arikanto, 2016).

2. Prosedur Penyusunan Instrumen Penelitian

Menurut Arikanto (2016), Dalam penyusunan Instrumen pengumpulan data, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (a) Mengadakan indentifikasi terhadap variabel- variabel yang ada didalam rumusan judul penelitian atau yang tertera didalam problematika penelitian; (b) Menjabarkan variabel atau menjadikan

sebuah sub atau bagian variabel; (c) Mencari indikator setiap sub atau bagian dari variabel; (d) Menderetkan atau mengurutkan deskriptor dalam sebuah indikator; (e) Merumuskan setiap deskriptor menjadi butir-butir instrumen dan (f) Melengkapi Instrumen dengan (pedoman atau instruksi) dan kata pengantar.

Untuk menyusun kuesioner, penulis memberikan beberapa indikator dari setiap variabel, selanjutnya menjabarkan dalam bentuk deskriptor, setelah itu dikakukan atau diwujudkan dengan butiran-butiran pertanyaan. variabel yang meliputi *physical evidence* (X1), promosi digital (X2) dan minat calon jamaah (Y) dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Instumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Physical evidence</i> (X1)	1.Peralatan dan teknologi 2.Tampilan karyawan 3.Fasilitas fisik 4.Material publikasi	(Kotler & Keller, 2012).
2.	promosi digital (X2)	1,Media sosial 2.Konten pomosi 3.Stategi komunikasi	(Kotler & Keller, 2012).

		kecepatan respon digital	
3.	minat calon jamaah (Y).	1. Tertarik mencari informasi 2. Keinginan untuk mengikuti 3. Keputusan untuk mendaftar	(Kotler & Keller, 2016).

Sumber: data yang diolah, 2025

Variabel *physical evidence* (X1) dan promosi digital (X2) merupakan variabel independen yang sering kali disebut dengan variabel bebas. Indikator yang digunakan dalam penelitian berkaitan dengan *physical evidence*, peneliti menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Sedangkan untuk variabel promosi digital peneliti menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Sedangkan penomoran angket merupakan nomor item yang diujicobakan.

variabel minat calon jamaah (Y) merupakan variabel dependen atau yang sering disebut variabel terikat. Indikator dari variabel minat peneliti menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Sedangkan penomoran angket merupakan nomor item yang diujicobakan.

G. Uji Validitas Dan Realibilitas Alat Ukur

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran itu mengukur apa yang diukur. Sekiranya penelitian menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2023).

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diukur, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid mempunyai validitas rendah. Kriteria valid tidaknya pertanyaan pada kuesioner dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r tabel. Nilai r_{hitung} biasanya dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada *Output Reliability Analysis* sedangkan nilai r tabel dengan jumlah sampel $(n) = 150$ jamaah umrah. Uji coba kuesioner dilakukan kepada 120 responden $(n) = 150$ pada taraf uji $\alpha = 0,05$ memiliki $df = n - 2 = 148$ sehingga $r \text{ tabel} = 0,160$

Maka, item dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,160$

Jadi dapat peneliti berikan sebuah penjelasan, bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Dalam Penelitian ini, Peneliti menggunakan uji validitas item. Untuk Penghitungan Validitas Peneliti menggunakan Program SPSS versi 25.

Untuk mengetahui tentang hasil yang diperoleh dari variabel physical evidence dan promosi digital, peneliti telah melakukan

pengujian data pada SPSS versi 25. Yang mana hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Physical Evidence* (X1)
Hasil Uji Validitas

Variabel	Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	P(Sig.)	Keterangan
Variabel <i>Physical Evidence</i> (X1)	X _{1.1}	0,651	0,160	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,630	0,160	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,618	0,160	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,635	0,160	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,617	0,160	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,632	0,160	0,000	Valid
	X _{1.7}	0,765	0,160	0,000	Valid
	X _{1.8}	0,537	0,160	0,000	Valid
	X _{1.9}	0,763	0,160	0,000	Valid
	X _{1.10}	0,135	0,160	0,100	Tidak Valid
	X _{1.11}	0, 674	0,160	0,000	Valid

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Pada tabel 3.4 menggambarkan hasil uji validitas terhadap variabel *physical evidence* (X1) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 11 butir pertanyaan. Dan dari hasil yang ditemukan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan terdapat 10 pertanyaan valid dan satu pertanyaan tidak valid yaitu pertanyaan X_{1.10} dengan $r_{hitung} = 0,135$ kecil dari $r_{tabel} = 0,160$.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Promosi *Digital* (X₂)

Variavel	Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	P(Sig.)	Keterangan
Promosi Digital (X2)	X _{2.1}	0,416	0,160	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,508	0,160	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,462	0,160	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,509	0,160	0,000	Valid
	X _{2.5}	0, 463	0,160	0,000	Valid

	X _{2.6}	0,569	0,160	0,000	Valid
	X _{2.7}	0,533	0,160	0,000	Valid
	X _{2.8}	0,430	0,160	0,000	Valid
	X _{2.9}	0,461	0,160	0,000	Valid

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Pada tabel 3.5 menggambarkan hasil uji validitas terhadap variabel promosi digital (X₂) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 9 butir pertanyaan. Dan dari hasil yang ditemukan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka data tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Minat Calon Jamaah (Y)

Variabel	Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	P(Sig.)	Keterangan
Minat calon jamaah (Y)	Y1	0,708	0,160	0,000	Valid
	Y.2	0,623	0,160	0,000	Valid
	Y3	0,730	0,160	0,000	Valid
	Y4	0,738	0,160	0,000	Valid
	Y.5	0,640	0,160	0,000	Valid
	Y.6	0,624	0,160	0,000	Valid
	Y.7	0,649	0,160	0,000	Valid
	Y.8	0,026	0,160	0,753	Tidak Valid
	Y.9	0,712	0,160	0,000	Valid
	Y.10	0,012	0,160	0,889	Tidak Valid

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Pada tabel 3.6 menggambarkan hasil uji validitas terhadap variabel minat calon jamaah (Y) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 10 butir pertanyaan. Dan dari hasil yang ditemukan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka data tersebut ada valid. dan dua pertanyaan tidak valid yaitu pertanyaan Y.8 dengan $r_{\text{hitung}} = 0,026$ dan Y.10 dengan $r_{\text{hitung}} = 0,012$ kecil dari $r_{\text{tabel}} = 0,160$.

Berdasarkan Tabel 3.4, tabel 3.5, dan tabel 3.6 menunjukkan bahwa item pertanyaan memiliki *Corrected -Total Correlation* (r_{hitung}) < r_{tabel} yaitu yaitu pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0,05$) dan (n)=150. Dan berdasarkan hasil uji Validitas terhadap 30 item pertanyaan kuesioner, diperoleh hasil bahwa sebanyak 27 item dinyatakan valid, dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan 3 item dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$. Oleh karena itu 3 item yang tidak valid tersebut tidak digunakan dalam analisis selanjutnya. Analisis penelitian ini selanjutnya menggunakan 27 item pernyataan yang telah dinyatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Reabilitas adalah tingkat kestabilan alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Sugiyono, 2013). Menurut Yusuf (2014), reabilitas merupakan sebuah konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap suatu individu yang sama namun diberikan waktu yang berbeda. Uji reabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Dalam penelitian ini rumus *Cronbach Alpha* yang digunakan sebagai alat ukur untuk pengujian reabilitas. Pada penelitian ini reabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji *Statistic Cronbach's Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika

memerikan nilai *Crombach Alpha* (α) > 0,60 (Ghozali, 2011). Berikut penyajian tabelnya:

Tabel 3.7
Hasil Uji Realibilitas *Physical Evidence* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,721	11

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Nilai Reabilitas variabel *physical evidence* ditujukan pada tabel 3.7 tersebut. Secara keseluruhan terdapat 11 item pertanyaan, dan koefesien *Crombach Alpha* 0,721. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa, dengan sebuah asumsi bahwa variabel itu reabel, nilai *Reliability Statistics Alpha* adalah $0,721 > 0,60$. Agar dapat menerima nilai reabilitas, maka dapat dikatakan semua item tersebut valid.

Tabel 3.8
Hasil Uji Realibilitas Promosi *Digital* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
0,657	9

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Nilai Reabilitas variabel promosi digital ditujukan pada tabel 3.8 tersebut. Secara keseluruhan terdapat 6 item pertanyaan, dan koefesien *Crombach Alpha* 0,657. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa, dengan sebuah asumsi bahwa variabel itu reabel, nilai *Reliability Statistics Alpha* adalah $0,657 > 0,60$. Agar dapat menerima nilai reabilitas, maka dapat dikatakan semua item tersebut valid.

Tabel 3.9
Hasil Uji Realibilitas Minat Calon Jamaah (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,670	10

Sumber: Hasil Data Perhitungan SPSS 25.

Nilai Reabilitas variabel minat calon jamaah ditujukan pada tabel 3.9 tersebut. Secara keseluruhan terdapat 10 item pertanyaan, dan koefesien *Crombach Alpha* 0,670. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa, dengan sebuah asumsi bahwa variabel itu reabel, nilai *Reliability Statistics Alpha* adalah $0,670 > 0,60$. Agar dapat menerima nilai reabilitas, maka dapat dikatakan semua item tersebut valid.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013).

Analisis Statistik Deskriptif yaitu analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel. Teknik analisis yang digunakan adalah frekuensi, persentase, dan modus.

2. Uji Asumsi Klasik

Model analisis linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi- asumsi klasik statistik baik itu normalitas, multikolineritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas (Syofian, 2013).

a. Uji Normalitas

Memiliki tujuan yaitu ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah yaitu data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut melenceng kekiri atau kekanan. Uji normalitas data dilakukan dengan cara membandingkan kurva normal yang terbentuk dari data yang telah terkumpul dengan kurva normal baku atau standar (Sugiyono, 2023).

Ghazali (2011) ada dua cara yang dipakai untuk mengetahui apakah data terdistribusi atau tidaknya, yaitu dengan cara:

a. Analisis grafik dasar dalam pengambilan sebuah keputusan.

- 1) Jika yang menyebar pada garis diagonal dan mengikuti garis arah diagonal, maka model regresi memenuhi syarat atau asumsi.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asuransi normatif.

b. Analisis grafik uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normatif residual adalah uji statistik non parametrik kolmogorv-smirnov (K-S test) dan dasar dalam pengambilan keputusan adalah :

- 1) Apakah probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara statistik maka H_0 ditolak, berarti data yang terdistribusi tidak normal.
- 2) Apakah probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan secara statistik maka H_a diterima, berarti data yang terdistribusi normal.

H_0 = data yang terdistribusi normal.

H_a = data yang terdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolineritas

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antara variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan) berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Penyebab timbulnya multikolineritas itu adalah diakibatkan karena diakibatkan penggunaan lag (*lagged values*) dari variabel-variabel bebas dalam sebuah model regresi dan sifat-sifat variabel ekonomi akan cenderung berubah sepanjang waktu (Nachrowi dan Usman, 2006).

Dengan adanya multikolineritas, maka hasil dari estimasi koefisien bersifat bias. Multikolineritas dapat dilihat dari nilai VIF

(*Variance Inflation Faktor*). Dasar dalam pengambilan sebuah keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance < 1 dan nilai VIF < 10 , maka dapat diberikan sebuah penjelasan, bahwa tidak adanya multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi.
- 2) Jika nilai tolerance > 1 dan nilai VIF > 10 , maka dapat diberikan sebuah penjelasan, bahwa adanya multikolonieritas antara variabel *independen* dalam model regresi.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolineritas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Faktor*) melalui program SPSS 25.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grub mempunyai varian yang sama antara anggota grup tersebut. Jika variannya sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada heteroskedastisitas. Sedangkan jika variannya tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghazali Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana ketidak samaan variabel dari residual pada model regresi. Jika *variance* dari *residual* satu dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ma'sumah, 2019). Penelitian ini menggunakan uji *gleser*, dengan kerangka pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika taraf signifikansi yang diperoleh lebih besar atau sama dengan *alpha* 5%
- 2) Model regresi terjadi heteroskedastisitas jika taraf signifikansi yang diperoleh kurang dari *alpha* 5%

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan sebuah analisis yang dipakai untuk melihat pengaruh antara variabel bebas (*Physical evidence* dan promosi digital) dengan variabel terikat (minat calon jamaah).

Regresi bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain, dengan model persamaan sebagai berikut (Sugiyono, 2016):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat calon jamaah
a	= konstanta
X1	= <i>physical evidence</i>
X2	= Promosi digital
b1, b2	= Koefisien regresi

e = error

4. Uji Signifikansi

a. Uji Statistik f

Uji Statistik f digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) secara bersama-sama dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Uji F dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikan f pada output uji SPSS 25. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dalam buku Ghozali (2011) untuk menguji hipotesis ini, maka digunakan f dengan kriteria pengambilan sebuah keputusan sebagai berikut:

Sederhananya uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas/ dependen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh yang bersama-sama terhadap variabel terikat / dependen. Untuk menghitung besarnya f hitung digunakan formula sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 I (k - 1)}{1 - R^2 I (n - k)}$$

Keterangan:

F= Nilai F hitung

R^2 = Koefisien determinan

K= Jumlah variabel

n = Jumlah pengamatan atau ukuran sampel

Adapun sebuah kriteria dalam pengambilan dasar sebuah keputusan uji F adalah sebagai berikut:

1. Apakah $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Yang dinyatakan dalam antara *physical evidence* dan promosi digital tidak berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Minat Calon Jamaah Umrah P.T Sianok Indah Holiday.

2. Apakah $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Yang dinyatakan dalam antara *physical evidence* dan promosi digital berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Calon Jamaah Umrah P.T Sianok Indah Holiday berdasarkan nilai signifikansi:

1. Apabila $\text{sig.} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. . Apabila $\text{sig.} > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Statistik t

Uji Statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara individual berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menghitung besarnya t hitung digunakan sebuah rumus, sebagai berikut:

$$t = \frac{X^1 - X^2}{s \sqrt{\frac{1}{n^1} + \frac{1}{n^2}}}$$

Keterangan:

X^1 =Nilai rata-rata kumpulan data pertama

X^2 = Nilai rata-rata kumpulan data kedua

N^1 =Jumlah kumpulan data pertama

N^2 = Jumlah kumpulan data kedua

S= Variasi

Nilai dari uji t dapat dilihat dari p-value pada kolom sig.

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai p-value pada kolom sig. $< \text{level of significant } (\alpha)$ yang menyatakan adanya pengaruh yang tidak signifikan antara physical evidence dan promosi digital terhadap Minat Calon Jamaah Umrah P.T Sianok Indah Holiday
2. H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai p-value pada kolom sig. $> \text{level of significant } (\alpha)$ yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara physical evidence dan promosi digital terhadap Minat Calon Jamaah Umrah P.T Sianok Indah Holiday.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 dikatakan baik jika diantara 0,5 karena nilai R^2 berkisaran antara 0-1 (Rivai, 2019).

Jika $R^2 = 1$, berarti persentase sumbangan variabel X_1 dan X_2 terhadap naik turunnya variabel Y sebesar 100% dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi variabel Y . Jika $R^2 = 0$, berarti tidak dapat digunakan untuk membuat ramalan terhadap variabel Y . Perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi dari variabel terikat.

Menurut Sugiyono pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- a. 0,00- 0,199 = Sangat rendah
- b. 0,20- 0,399 = Rendah
- c. 0,40- 0,599 = Sedang
- d. 0,60- 0,799 = Kuat
- e. 0,80- 1,000 = Sangat kuat (Ma'sumah, 2019).