

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif, yang bertujuan untuk mengukur serta menganalisis hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel yang diteliti. Peneliti berupaya memahami bagaimana strategi pemasaran dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli paket umroh, baik secara langsung maupun melalui tingkat kepuasan pelanggan sebagai perantara. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei dan dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial untuk melihat hubungan antar variabel.

#### **3.2 Jenis Data dan Sumber Data**

Penelitian ini memanfaatkan data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang dapat dianalisis secara statistik. Data tersebut diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden dan digunakan untuk mengkaji hubungan antara variabel-variabel seperti bauran pemasaran, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan berasal dari dua jenis sumber:

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer dikumpulkan secara langsung dari responden, yakni pelanggan PT Safar Wisata Madina yang telah menggunakan paket

umroh. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online melalui Google Form, yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang sesuai dengan indikator dari setiap variabel penelitian.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari beragam sumber referensi seperti buku, jurnal ilmiah, laporan perusahaan, artikel, serta dokumen terkait lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data ini berfungsi untuk memperkuat dasar teori dan mendukung proses analisis dalam pembahasan.

## **3.3 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan elemen atau objek yang memiliki informasi relevan dengan tujuan penelitian dan menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan layanan paket Umroh di PT Safar Wisata Madina. Berdasarkan data periode Januari hingga Agustus 2025, jumlah populasi tercatat sebanyak 136 orang.

## **3.4 Sampel**

Adapun sampel penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan seluruh populasi yang ada, yaitu sebanyak 136 responden. Jumlah tersebut merupakan total jamaah yang telah menggunakan jasa PT Safar Wisata Madina sejak perusahaan ini memperoleh izin operasional pada bulan Januari 2025. Dengan menggunakan teknik sampling jenuh (*census sampling*), maka seluruh anggota

populasi dijadikan sampel penelitian. Pertimbangan pemilihan metode ini adalah karena jumlah populasi relatif kecil dan masih terjangkau untuk dijadikan responden penelitian.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, yaitu serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur dan sistematis dan dibagikan kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik ini dipilih karena dianggap efisien untuk menjangkau data dari jumlah responden yang relatif banyak dalam waktu yang terbatas. Kuesioner yang digunakan memuat pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian, yaitu bauran pemasaran dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju,” untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian sesuai dengan persepsi pelanggan. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form yang dibagikan menggunakan tautan khusus kepada responden <https://forms.gle/M7ikBJqix44rTsWHA>, yang dibagikan kepada pelanggan PT Safar Wisata Madina yang telah menggunakan paket umroh. Pemilihan platform ini bertujuan untuk memperluas jangkauan responden dan mempercepat proses pengumpulan data, terutama dalam situasi dimana kontak langsung dengan responden sulit dilakukan.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian secara terperinci agar dapat diukur secara objektif. Masing-masing variabel dipecah menjadi dimensi dan indikator yang menjadi dasar pembuatan kuesioner, dengan tujuan agar data yang dikumpulkan relevan dan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Variasi Produk (X1)	Variasi produk adalah keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual tertentu, yang terdiri dari aspek lebar, panjang, kedalaman, dan konsistensi produk (Kotler & Keller, 2016).	Variasi produk dalam penelitian ini dimaknai sebagai keberagaman pilihan paket umroh yang ditawarkan PT Safar Wisata Madina, baik dari sisi jenis, harga, tampilan, maupun ketersediaan jadwal keberangkatan.	1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Ketersediaan Produk	Skala Likert 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju

Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai totalitas ciri dan karakteristik yang melekat pada suatu jasa yang memengaruhi kemampuannya dalam memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen, baik kebutuhan yang jelas disampaikan maupun yang tidak secara langsung diungkapkan (Kotler & Keller, 2016)	Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dimaknai sebagai mutu pelayanan yang diberikan PT Safar Wisata Madina kepada jamaah umroh, yang tercermin dari empati, kecepatan, keandalan, penampilan fisik, serta rasa aman yang dirasakan jamaah.	1. Empati 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Tangibles</i> 5. <i>Assurance</i>	
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Keputusan pembelian adalah fase akhir dari rangkaian proses keputusan konsumen, yaitu ketika konsumen benar-benar melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang telah dievaluasi sebelumnya (Kotler & Keller, 2016).	Keputusan pembelian dalam penelitian ini dimaknai sebagai tindakan jamaah dalam menentukan pilihan untuk membeli paket umroh di PT Safar Wisata Madina berdasarkan pertimbangan produk, merek, penyalur, waktu, jumlah, dan cara pembayaran.	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Cara pembayaran	

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan responden pelanggan PT Safar Wisata Madina. Analisis data dilakukan setelah pengumpulan data selama dua minggu, kemudian dilakukan pengolahan data selama dua minggu, dan serta penyajian atau interpretasi data selama dua minggu. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan, yaitu:

1. Analisis kualitatif dengan cara mendeskripsikan data kata-kata verbal yaitu menggunakan analisis deskriptif dalam bentuk distribusi frekuensi, sedangkan analisis data kuantitatif dengan menggunakan angka-angka.
2. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka dengan menggunakan alat bantuan statistik.

Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS for window versi 22. Berikut uji yang digunakan dalam penelitian ini:

#### **3.7.1 Uji Kualitas Data**

##### **1. Uji Validitas**

Validitas instrumen pengukuran merupakan aspek krusial dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah instrumen mampu mengukur fenomena yang seharusnya diukur secara akurat dan tepat. Menurut (Sugiyono, 2016) validitas mencerminkan kesesuaian antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan kondisi objektif yang sebenarnya ada di lapangan. Untuk menentukan validitas suatu item, dilakukan analisis korelasi product moment dengan membandingkan skor item

individual dengan total skor keseluruhan instrumen. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Product Moment Pearson, yaitu mengorelasikan skor masing-masing item pernyataan dengan skor total keseluruhan variabel. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan bernilai positif, maka item pernyataan dinyatakan valid.
- b) Apabila nilai  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid
- c) Dengan demikian, hanya item-item pernyataan yang memenuhi syarat validitas yang akan digunakan dalam analisis lebih lanjut untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur variabel yang ditetapkan.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berfungsi untuk mengevaluasi konsistensi internal suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel atau konstruk. Metode statistik yang umum digunakan untuk pengujian ini adalah Cronbach's alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha yang dihasilkan melebihi 0,60, mengacu pada kriteria yang ditetapkan oleh Nunnally (1960) dan dikutip oleh (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, pengukuran dilakukan secara one-shot, di mana

konsistensi instrumen dinilai melalui perbandingan hasil antar butir pertanyaan. Berikut merupakan kategori tingkat reliabilitas Cronbach's Alpha:

**Tabel 3.2 Kategori Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha**

Nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Tingkat Reliabilitas	Keterangan
$\alpha < 0,60$	Rendah	Tidak reliabel
$0,60 \leq \alpha < 0,70$	Cukup	Dapat diterima
$0,70 \leq \alpha < 0,80$	Tinggi	Reliabel
$\alpha \geq 0,80$	Sangat Tinggi	Sangat reliabel

Sumber: Nunnally (1960) dan dikutip oleh (Ghozali, 2018)

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

“Fungsi utama dari pengujian normalitas data adalah untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi terdistribusi secara normal. Pengujian ini penting karena asumsi normalitas adalah salah satu asumsi kunci dalam banyak analisis statistik parametrik. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) serta dapat pula didukung dengan melihat grafik P-P Plot atau histogram.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:



- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,05$ , maka data residual berdistribusi normal.
- b) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\leq 0,05$ , maka data residual tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji kemiripan data dengan variabel independent lainnya (Sujarweni, 2016). Pengujian multikolinearitas menggunakan uji collinearity dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *variance inflation factor* (VIF)  $< 10$ , maka tidak ada multikolinearitas
- b) Nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai *variance inflation factor* (VIF)  $> 10$ , maka tidak ada multikolinearitas.

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

#### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk melakukan pengujian pada penelitian dengan dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat dan melihat pengaruh naik dan turunnya. Berikut merupakan persamaan regresi pada penelitian ini:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

Beta : Koefisien regresi

x1 : Variasi Produk

x2 : Kualitas Pelayanan

e : Error atau Kesalahan Pengganggu

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan metode statistik untuk mengevaluasi seberapa besar model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi berganda diinterpretasikan sebagai berikut: semakin mendekati 1, kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin signifikan.

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t

Hipotesis ini menyatakan bahwa variabel penjelas tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika hasil uji menunjukkan bahwa hipotesis nol dapat ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penjelas tersebut secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Nilai signifikansi 0,5% (Ghozali, 2018).

Ha1 : Ada pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian

Ha2 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Ha3 : Ada pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

## 2. Uji F

Uji F diterapkan untuk mengevaluasi pengaruh simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Prosedur ini digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara kolektif memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Adapun Langkah – langkah Pengujian sebagai berikut:

- a) “Menentukan hipotesis Ho: semua variabel independen (X) secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen (Y) Ha: semua variabel independen (X) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y),
- b) Menentukan derajat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ),
- c) Menentukan signifikansi Nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima Nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak
- d) Membuat Kesimpulan:
  - 1) Bila F hitung memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, Artinya seluruh variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen
  - 2) Bila F hitung memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, Artinya seluruh variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen”