

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dapat dilihat dari 2 segi, pertama jika dilihat dari sumber data, maka ini merupakan penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang menggali sumber data dan melakukan prosesnya langsung dilokasi tertentu.⁵⁹ Sedangkan jika dilihat dari disiplin ilmu, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian manajemen pendidikan.

Pada penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan dalam rangka menggali data dan informasi terkait pengaruh bauran pemasaran terhadap animo konsumen pendidikan islam (Studi Pada SMAIT Ukhuwah Banjarmasin).

2. Pendekatan Penelitian

Demi mencapai tujuan dari penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif diasumsikan sebagai penelitian yang menggunakan angka. Hal ini dikarenakan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang akan dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai. Penelitian kuantitatif memiliki arah dan fokus untuk membangun teori dari data atau fakta.⁶⁰

⁵⁹ Sugiyomo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 27.

⁶⁰ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu, 2020), 237-238.

B. Metode dan Desain Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan pedoman dalam perencanaan penelitian yang akan menjadi panduan untuk menghasilkan strategi penelitian. Peneliti menggunakan metode penelitian survei (*survey research*) yang bertujuan untuk meneliti perilaku suatu individu atau kelompok.⁶¹ Dalam hal ini, peneliti akan meneliti perilaku animo konsumen pendidikan islam.

2. Desain Penelitian

Desain yang digunakan adalah studi korelasional (*correlational study*). Desain studi korelasional dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda agar diketahui seberapa besar kontribusi hubungan antar keduanya.⁶² Hubungan korelatif mengacu pada kecenderungan bahwa variasi variabel diikuri oleh variasi variabel lainnya.

Desain ini akan membantu peneliti untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran (variabel independen) terhadap animo konsumen pendidikan islam (variabel dependen).

C. Setting Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin yang beralamat di jalan bumi mas raya, Komp. Bumi Handayani XII A, Kelurahan Pemurus Baru, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

⁶¹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 100.

⁶² Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 222.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu dan diambil oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁶³

Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua peserta didik yang ada di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin. Mengacu pada populasi peserta didik yang ada di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, maka populasi orang tua/ wali sebanyak 422 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri-ciri populasi yang dijadikan acuan. Dengan demikian, jika populasi suatu penelitian besar, tidak mungkin peneliti mempelajari seluruh populasi, sehingga sampel yang diambil harus benar-benar mewakili.⁶⁴

Dalam menentukan ukuran sampel dari populasi, peneliti memakai rumus slovin, sebagai berikut:⁶⁵

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran

ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi)

⁶³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 8.

⁶⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 81.

⁶⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 163.

Dengan menggunakan nilai e sebesar 10% atau 0,1, maka hasil yang didapat adalah:

$$n = \frac{422}{1+(422)(0,1)^2} = 80,8 \text{ dibulatkan peneliti menjadi } 81 \text{ responden.}$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, maka jumlah sampel penelitian sebanyak 81 orang tua siswa. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Proportional Simple Random Sampling. Pengambilan sampel secara proporsi dilakukan dengan mengambil subyek dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyaknya subyek dalam tiap strata atau wilayah.⁶⁶ Didapatkan jumlah sampel sebanyak 81 siswa, yang tersebar di 15 kelas, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Persebaran Sampel

No	Kelas	Jumlah Siswa	Pembulatan
1.	X.1	$\frac{26}{422} \times 81 = 4,9$	5
2.	X.2	$\frac{27}{422} \times 81 = 5,1$	5
3.	X.3	$\frac{33}{422} \times 81 = 6,3$	6
4.	X.4	$\frac{26}{422} \times 81 = 4,9$	5
5.	X.5	$\frac{27}{422} \times 81 = 5,1$	5
6.	X.6	$\frac{32}{422} \times 81 = 6,1$	6
7.	XI.1	$\frac{34}{422} \times 81 = 6,5$	7
8.	XI.2	$\frac{22}{422} \times 81 = 4,2$	4

⁶⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 139.

9.	XI.3	$\frac{22}{422} \times 81 = 4,2$	4
10.	XI.4	$\frac{34}{422} \times 81 = 6,5$	7
11.	XI.5	$\frac{32}{422} \times 81 = 6,1$	6
12.	MIA 1	$\frac{25}{422} \times 81 = 4,7$	5
13.	MIA 2	$\frac{31}{422} \times 81 = 5,9$	6
14.	IIS 1	$\frac{24}{422} \times 81 = 4,6$	5
15.	IIS 2	$\frac{27}{422} \times 81 = 5,1$	5
Jumlah			81

Dalam pengambilan sampel pada tiap kelas, peneliti menggunakan teknik sampling random atau sampel acak/sampel campur, yaitu peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.⁶⁷ Hal ini karena untuk mempermudah perolehan data yang sesuai dengan kondisi responden.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data berasal dari bahasa Latin yang artinya kumpulan keterangan. Data dapat dimaknai sebagai keterangan-keterangan tentang sesuatu yang diketahui

⁶⁷ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, 96.

atau dianggap. Sesuatu yang diketahui atau anggapan biasanya didapat dari hasil pengamatan yang mana belum tentu terbukti kebenarannya.⁶⁸

Jika dilihat dari sifat dan bentuknya, data dalam penelitian ini tergolong ke dalam data kuantitatif karena hasil dari pengamatan berbentuk angka yang nantinya akan dihitung dan diukur. Hasil pengamatan terhadap animo konsumen pendidikan islam terwujud dalam bentuk angka, angka tersebut didapat dari akumulasi jawaban yang dipilih responden dalam menanggapi pernyataan-pernyataan yang disediakan pada kuesioner.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan semua aspek yang berhubungan dengan manusia, benda, tumbuhan, dan lain-lain yang menjadi sumber peneliti untuk mendapat data yang diperlukan. Dalam konteks penelitian ini, sumber data penelitian adalah manusia yang disebut sebagai responden.⁶⁹ Oleh karena itu, yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah orang tua siswa sebagai konsumen pendidikan islam di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.

F. Variabel Penelitian

Ary dan Jacobs memandang variabel adalah karakteristik subjek penelitian yang diukur oleh peneliti, karakteristik tersebut termasuk orang, benda, atau

⁶⁸ Rusydi Ananda dan Muhammad Fadhli, *Statistik Pendidikan (Teori dan Praktik dalam Pendidikan)* (Medan: Widya Puspita, 2018), 40.

⁶⁹ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 401.

kejadian yang harus memiliki lebih dari satu nilai/kategori.⁷⁰ Variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan berdasarkan kedudukannya.

1. Variabel Independen

Variabel ini juga disebut dengan variabel bebas, dalam hal ini variabel independen akan menjadi penyebab/memengaruhi variabel dependen (terikat) dalam suatu eksperimen. Variabel independen biasanya ditandai dengan X, yang juga dapat disebut variabel X.⁷¹ Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel X yaitu bauran pemasaran. Karena variabel tersebutlah yang menjadi penyebab atas beberapa perubahan dalam variabel dependen.

2. Variabel Dependen

Nama lain dari variabel dependen adalah variabel terikat. Dalam sebuah penelitian, variabel dependen akan dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen biasanya ditandai dengan Y, maka dapat disebut sebagai variabel Y.⁷² Dapat disimpulkan variabel Y dalam penelitian ini adalah animo konsumen pendidikan islam yang mana nantinya akan terpengaruhi oleh variabel independen yaitu bauran pemasaran.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperlukan untuk mengukur data hingga mendapatkan hasil. Pemilihan alat pengukuran harus mencocokkan dengan jenis informasi yang ingin didapat, sehingga memberikan data yang sesuai keinginan

⁷⁰ Fetri Yeni J., Zelhendri Zen, dan Darmansyah, *Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 16.

⁷¹ Fetri Yeni J., Zelhendri Zen, dan Darmansyah, *Penelitian Pendidikan*, 18.

⁷² Fetri Yeni J., Zelhendri Zen, dan Darmansyah, *Penelitian Pendidikan*, 18.

peneliti untuk menguji hipotesis.⁷³ Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang diperlukan.

1. Angket (questionnaire)

Angket menjadi salah satu teknik pengumpulan data secara tidak langsung, artinya peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden. Teknik ini dapat menyederhanakan pengukuran perilaku dan sikap responden. Di dalam angket berisi daftar periksa yang dapat terdiri dari daftar perilaku, karakteristik, atau entitas lainnya yang diisi oleh responden untuk memenuhi data yang dicari peneliti.⁷⁴

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk menggali informasi yang diinginkan secara objektif, sehingga pengembangan skala diperlukan untuk mengumpulkan data secara sistematis. Penelitian ini menggunakan pengembangan alat ukur skala likert yang umum digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang gejala sosial dalam sebuah penelitian yang variabel dan indikatornya telah ditentukan.⁷⁵

Peneliti menyediakan butir-butir pernyataan dalam bentuk skala sikap model likert dengan lima alternatif pilihan. Responden dapat memilih skala angka 1 - 5 untuk disesuaikan dengan pernyataan yang diberikan peneliti tentang bauran

⁷³ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 405.

⁷⁴ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, 406.

⁷⁵ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, 384-391.

pemasaran dan animo konsumen pendidikan islam.⁷⁶ Berikut dipaparkan keterangan skala angka yang menjadi alternatif pilihan bagi responden:

Tabel 3.2 Kategorisasi Skor Jawaban Kuesioner

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

Skor total masing-masing responden tersebut dijumlahkan untuk mengetahui sejauh mana animo konsumen pendidikan islam di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, sejauh mana bauran pemasaran 7P di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, apakah terdapat pengaruh antara indikator-indikator bauran pemasaran 7P terhadap animo konsumen pendidikan islam dan apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara bauran pemasaran terhadap animo konsumen pendidikan islam pada SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.

Adapun dalam menentukan kuesioner yang disebar, peneliti berpedoman pada matriks atau kisi-kisi data yang didalamnya memuat variabel dengan tautan teori, sub variabel, dan indikator yang kemudia peneliti turunkan menjadi sejumlah item kuesioner. Berikut tabel matriks penelitian ini.

Tabel 3.3 Matriks/Kisi-kisi

Variabel dan Tautan Teori	Sub Variabel dan Tautan Teori	Indikator dan Tautan Teori	Data (Skala)	Skala Pengukuran
Bauran Pemasaran (Kotler & Armstrong, 2010)	Product (Produk)	1. Akreditasi 2. Jurusan 3. Kurikulum	Ordinal	Likert

⁷⁶ Hardani, Nur Hikmatul Auliya, dan Helmina Andriani, 390-391.

		4. Ekstrakurikuler		
	Price (Harga)	1. Biaya registrasi pendaftaran 2. SPP 3. Biaya Gedung 4. Pemberian Beasiswa		
	Place (Tempat)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Tempat Parkir 5. Lingkungan		
	Promotion (Promosi)	1. Periklanan (brosur, spanduk, kalender sekolah, internet) 2. Hubungan masyarakat 3. Informasi dari mulut ke mulut		
	People (Orang)	1. Keramahan 2. Kerapian Berpakaian 3. Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan		
	Physical Evidence (Bukti Fisik)	1. Gedung Sekolah 2. Ruang Kelas 3. Perpustakaan 4. Laboratorium 5. Tempat Ibadah 6. Lapangan Olahraga 7. Logo Sekolah 8. Seragam		

	Process (Proses)	1. Prosedur penerimaan 2. Pendaftaran 3. Daftar Ulang		
Animo Konsumen (Lucas & Britt, 2003)	Attention (Perhatian)	1. Menaruh Perhatian pada saat mendengar atau melihat informasi sekolah		
	Interest (Ketertarikan)	1. Tertarik pada sekolah		
	Desire (Minat)	1. Berminat pada sekolah 2. Menginginkan sekolah		
	Conviction (Keyakinan)	1. Yakin madrasah dapat memenuhi harapan 2. Keputusan akhir dengan tindakan mendaftar dan bayar		

Tabel matriks di atas adalah acuan bagi peneliti dalam membuat angket, terkhusus indikator yang diturunkan menjadi item-item pernyataan sehingga dapat mengukur indikator dari masing-masing variabel. Item yang tepat diperlukan karna menghasilkan indikator yang bagus dalam mengukur variabel.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Data yang berdistribusi normal menjadi syarat untuk dapat dianalisis koefisien korelasinya untuk analisis parametrik seperti analisis korelasi Pearson

karena data yang normal akan dianggap dapat mewakili populasi. Jika data terbukti berdistribusi tidak normal, maka dilanjutkan dengan analisis nonparametik. Peneliti memilih metode One Sample Kolmogorov-Smirnov, yang mana memeriksa distribusi frekuensi sampel berdasarkan distribusi normal pada data tunggal.⁷⁷ Terdapat kaidah yang digunakan untuk menyimpulkan data berdistribusi normal. Pada rumus Kolmogorov-Smirnov sendiri yaitu jika taraf signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika taraf signifikansi $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.⁷⁸

Tabel 3.2 Output SPSS Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>		81
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	4,71514834
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,100
	<i>Positive</i>	,100
	<i>Negative</i>	-,052
<i>Test Statistic</i>		,100
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,045 ^c

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

c. *Lilliefors Significance Correction.*

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, 2023

Pada tabel 3.2 di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah

⁷⁷ Rusydi Ananda dan Muhammad Fadhli, *Statistik Pendidikan (Teori dan Praktik dalam Pendidikan)*, 166.

⁷⁸ Dodiet Aditya Setyawan, *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas & Homogenitas Data dengan SPSS* (Kartasura: Tahta Media Group, 2021), 12.

sebesar 0,045. Jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang telah dibahas sebelumnya maka dapat dinyatakan hasil uji normalitas pada data ini “tidak berdistribusi normal”. Maka untuk menganalisis korelasi kedua variabel menggunakan analisis nonparametik.

2. PLS-SEM (Partial Least Squares - Structural Equation Modeling)

PLS-SEM merupakan salah satu metode yang mendominasi dari SEM. SEM (Structural Equation Modeling) sendiri merupakan sebuah metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel observed dan variabel laten. PLS-SEM dapat menguji hubungan prediktif antar konstruk/variabel dengan melihat apakah terdapat hubungan atau pengaruh antar konstruk/variabel tersebut tanpa mensyaratkan kenormalan distribusi data.⁷⁹

Pengujian untuk melihat apakah terdapat hubungan antar konstruk/variabel akan dikembangkan menjadi model jalur (path model) yang bersandar pada teori yang peneliti pegang. Teori yang dipakai merupakan sebuah hipotesis sistematis yang dikembangkan melalui metode saintifik dan dapat digunakan untuk menjelaskan serta memprediksi hasil. Terdapat 2 (dua) tipe teori yang diperlukan untuk mengembangkan model jalur yaitu; teori pengukuran (measurement theory) dan teori struktural (structural measurement). Teori pengukuran menspesifikasikan indikator-indikator dan bagaimana indikator tersebut

⁷⁹ Siswoyo Haryono dan Parwoto Wardoyo, *Structural Equation Modeling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00* (Bekasi: Intermedia Personalia Utama, 2013), 12.

digunakan untuk mengukur konsep teori tertentu. Sedangkan struktural teori menspesifikasi bagaimana konstruk berhubungan dengan konstruk lainnya.⁸⁰

Menguji teori menggunakan PLS-SEM mengikuti 2 (dua) langkah. Pertama, peneliti harus menguji teori pengukuran (measurement theory) untuk mengetahui reliabilitas dan validitas dari model pengukuran atau dalam penelitian ini yaitu pertanyaan dalam angket. Kemudian, dilanjutkan dengan menguji struktural teori dengan hasil reliabilitas dan validitas dari teori pengukuran yang telah sesuai dengan syarat yang berlaku.⁸¹

PLS-SEM memiliki beberapa kelebihan, antara lain seperti tidak mensyaratkan data berdistribusi normal karena ia merupakan teknik non parametik, dapat dengan mudah menangani model pengukuran reflektif dan informatif, dapat menangani model-model dari berbagai ukuran, termasuk model dengan banyak konstruk serta indikator, dapat bekerja pada variabel yang memiliki skala metric data dan quasi-metric (ordinal). Sedangkan kelemahannya tidak dapat diterapkan ketika struktural model memiliki lingkaran kausal (causal loops) atau hubungan melingkar antara laten variabel.⁸²

J. Validitas dan Reliabilitas Data (Try Out)

1. Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk memeriksa keabsahan suatu instrumen penelitian agar dapat digunakan sebagai alat penemuan data pada saat melakukan

⁸⁰ Joseph F. Hair Jr. dkk., *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM) Using R* (Switzerland: Springer Nature, 2021), 7.

⁸¹ Joseph F. Hair Jr. dkk., 7.

⁸² Joseph F. Hair Jr. dkk., 11.

penelitian.⁸³ Dengan demikian, instrumen yang valid adalah instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Peneliti memanfaatkan bantuan SPSS Statistics 26 untuk menguji tingkat kevalidan instrumen dengan metode *product moment person correlation*, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan dari seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan R_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah. Apabila nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid, namun jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.⁸⁴ Adapun nilai R_{tabel} yang digunakan untuk N (sampel) yang berjumlah 25 adalah 0,396.

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antar item-total

N = Banyaknya responden

X = Skor item

Y = Skor total

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 130.

⁸⁴ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponogoro: CV. Wade Group, 2016), 65.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Bauran Pemasaran

Variabel	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan	
Produk X1	X1.1	SMAIT Ukhuwah sudah memiliki akreditasi sangat baik	0,566	0,396	Valid
	X1.2	SMAIT Ukhuwah memiliki banyak pilihan jurusan	0,534	0,396	Valid
	X1.3	SMAIT Ukhuwah menawarkan keterampilan yang sesuai	0,562	0,396	Valid
	X1.4	SMAIT Ukhuwah menawarkan ekstrakurikuler yang menarik	0,550	0,396	Valid
Price X2	X2.1	Biaya registrasi pendaftaran terjangkau	0,315	0,396	Tidak Valid
	X2.2	Biaya pembangunan gedung sesuai fasilitas yang didapat	0,708	0,396	Valid
	X2.3	Biaya praktek sesuai dengan peralatan yang disediakan	0,551	0,396	Valid
	X2.4	Terdapat beasiswa bagi siswa berprestasi	0,567	0,396	Valid
	X2.5	Terdapat beasiswa bagi siswa yang kurang mampu	0,451	0,396	Valid
Place X3	X3.1	Lokasi SMAIT Ukhuwah mudah dijangkau transportasi umum	0,608	0,396	Valid

	X3.2	Lokasi SMAIT Ukhuwah mudah dilihat dari tepi jalan	0,765	0,396	Valid
	X3.3	Lalu lintas menuju ke SMAIT Ukhuwah lancar tanpa macet	0,395	0,396	Tidak Valid
	X3.4	SMAIT Ukhuwah menyediakan tempat parkir yang luas	0,610	0,396	Valid
	X3.5	SMAIT Ukhuwah memiliki lingkungan yang nyaman bagi kelangsungan kegiatan sekolah	0,735	0,396	Valid
Promotion X4	X4.1	SMAIT Ukhuwah mempromosikan sekolah melalui brosur	0,698	0,396	Valid
	X4.2	SMAIT Ukhuwah mempromosikan sekolah melalui spanduk	0,776	0,396	Valid
	X4.3	SMAIT Ukhuwah mempromosikan sekolah melalui informasi yang diberikan di internet	0,774	0,396	Valid
	X4.4	SMAIT Ukhuwah mempromosikan sekolah melalui kegiatan atau turnamen yang diselenggarakan disekolah	0,573	0,396	Valid
	X4.5	Saya memilih SMAIT	0,233	0,396	Tidak Valid

		Ukhuwah karena mendapat presentasi dari pihak sekolah			
	X4.6	Saya memilih SMAIT Ukhuwah karena mendengar informasi dari orang lain	0,621	0,396	Valid
	X5.1	Tenaga pendidik dan kependidikan memberikan layanan dengan ramah	0,641	0,396	Valid
People X5	X5.2	Tenaga pendidik dan kependidikan selalu berpakaian rapi	0,774	0,396	Valid
	X5.3	Tenaga pendidik dan kependidikan memberikan layanan dengan cepat dan sesuai yang diinginkan	0,802	0,396	Valid
	X5.4	Tenaga pendidik dan kependidikan menggunakan bahasa yang baik dalam berkomunikasi	0,702	0,396	Valid
	X6.1	SMAIT Ukhuwah memiliki gedung yang layak	0,574	0,396	Valid
Physical Evidence X6	X6.2	SMAIT Ukhuwah memiliki ruang kelas yang nyaman	0,738	0,396	Valid
	X6.3	SMAIT Ukhuwah memiliki perpustakaan	0,579	0,396	Valid

		dengan buku yang lengkap			
	X6.4	SMAIT Ukhuwah menyediakan laboratorium beserta peralatan lengkap	0,418	0,396	Valid
	X6.5	SMAIT Ukhuwah menyediakan tempat ibadah yang layak	0,517	0,396	Valid
	X6.6	SMAIT Ukhuwah memiliki lapangan olahraga yang luas	0,203	0,396	Tidak Valid
	X6.7	SMAIT Ukhuwah memiliki tata ruang yang bagus	0,549	0,396	Valid
	X6.8	Logo sekolah menarik	0,533	0,396	Valid
	X6.9	SMAIT Ukhuwah memiliki seragam sekolah yang menarik dan nyaman dipakai	0,208	0,396	Tidak Valid
Process X7	X7.1	Prosedur penerimaan siswa baru di SMAIT Ukhuwah mudah	0,434	0,396	Valid
	X7.2	Saat mendaftarkan anak di SMAIT Ukhuwah saya mendapatkan proses layanan yang cepat	0,612	0,396	Valid
	X7.3	Proses daftar ulang penerimaan peserta didik mudah	0,558	0,396	Valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, 2023

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Animo Konsumen Pendidikan Islam

Variabel	Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Animo Konsumen Pendidikan Islam Y	Y1 Saya menaruh perhatian terhadap sekolah setelah melihat informasi dari pemasaran yang dilakukan oleh sekolah	0,524	0,396	Valid
	Y2 Saya mulai memperhatikan sekolah pada saat melihat tampilan luar atau bangunan nya	0,545	0,396	Valid
	Y3 Saya menaruh perhatian pada sekolah karena penampilan pendidik maupun tenaga pendidik nya yang rapi	0,811	0,396	Valid
	Y4 Saya tertarik menyekolahkan anak saya di SMAIT Ukhuwah ketika mendengar informasi positif mengenai sekolah	0,672	0,396	Valid
	Y5 Saya tertarik menyekolahkan anak saya di SMAIT Ukhuwah karena	0,706	0,396	Valid

		akreditasi sekolah sangat baik			
	Y6	Saya tertarik menyekolahkan anak di SMAIT Ukhuwah karena lokasi sekolah strategis	0,664	0,396	Valid
	Y7	Saya berminat menyekolahkan anak saya di SMAIT Ukhuwah karena biaya yang terjangkau	0,573	0,396	Valid
	Y8	Saya berminat menyekolahkan anak saya di SMAIT Ukhuwah karena biaya yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang didapat	0,704	0,396	Valid
	Y9	Saya berminat menyekolahkan anak saya di SMAIT Ukhuwah karena layanan yang diberikan sangat memuaskan	0,825	0,396	Valid
	Y10	Saya memiliki keyakinan menyekolahkan anak di SMAIT Ukhuwah karena merasa sekolah	0,808	0,396	Valid

		dapat memenuhi harapan			
	Y11	Saya yakin menyekolahkan anak di SMAIT Ukhuwah karena sekolah menjanjikan yang terbaik untuk siswa	0,824	0,396	Valid
	Y12	Saya menyekolahkan anak di SMAIT Ukhuwah karena yakin sekolah dapat menjadikan anak saya siswa yang unggul dalam prestasi	0,804	0,396	Valid
	Y13	Saya menyekolahkan anak di SMAIT Ukhuwah karena yakin sekolah dapat menjadikan anak saya siswa yang unggul dalam akhlak dan beragama	0,676	0,396	Valid
	Y14	Saya yakin mengeluarkan sejumlah uang agar anak mendapatkan pendidikan islam yang terbaik di SMAIT Ukhuwah	0,729	0,396	Valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, 2023

Hasil uji validitas instrumen menggunakan rumus Pearson atau Product Moment Correlation dengan bantuan aplikasi SPSS yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada variabel bauran pemasaran (X), hasil uji validitas menyatakan bahwa terdapat 31 instrumen Valid dan 5 instrumen Tidak Valid. Rincian nomor instrumen yang tidak valid sebagai berikut : X2 nomor 1, X3 nomor 3, X4 nomor 5, X6 nomor 6, dan X6 nomor 9.
2. Pada variabel keberhasilan manajemen kelas (Y), hasil uji validitas menyatakan bahwa terdapat 14 instrumen Valid dan 0 instrumen Tidak Valid. Rincian nomor instrumen yang valid sebagai berikut; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14.
3. Total instrumen Tidak Valid pada bauran pemasaran (X) dan instrumen animo konsumen pendidikan islam (Y) adalah 5. Maka peneliti melakukan drop terhadap instrumen yang Tidak Valid, artinya instrumen tersebut dibuang/tidak diikuti sertakan dalam tahap selanjutnya. Posisi instrumen dapat dihilangkan karena masih terdapat instrumen lain dalam indikator yang bersangkutan.
4. Total instrumen pada kedua variabel yang akan digunakan peneliti dalam penelitian pengaruh bauran pemasaran terhadap animo konsumen pendidikan islam di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin berjumlah sebanyak 45 item pernyataan

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tes yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga dapat mengetahui apakah hasilnya akan tetap sama jika pengukuran diulang⁸⁵. Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan formula *Cronbach's Alpha*(α), yakni instrumen dianggap reliabel apabila nilai $\alpha > 0,6$.

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

- r = Reabilitas instrumen
- k = Banyaknya pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir
- σ_1^2 = Varian total

Tabel 3.6 Hasil Try out Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Sig	Keterangan
1.	X1 Product	0,761	> 0,6	Reliabel
2.	X2 Price	0,752	> 0,6	Reliabel
3.	X3 Place	0,679	> 0,6	Reliabel
4.	X4 Promotion	0,783	> 0,6	Reliabel
5.	X5 People	0,860	> 0,6	Reliabel
6.	X6 Physical Evidence	0,758	> 0,6	Reliabel
7.	X7 Proses	0,859	> 0,6	Reliabel
8.	Y Animo Konsumen Pendidikan Islam	0,917	> 0,6	Reliabel

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, 2023

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 25.

Berdasarkan kedua tabel di atas yang diuji menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan aplikasi SPSS Statistics 26 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran product adalah 0,761
2. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran price adalah 0,752
3. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran place adalah 0,679
4. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran promotion adalah 0,783
5. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran people adalah 0,860
6. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran physical evidence adalah 0,758
7. Hasil tingkat reliabilitas variabel bauran pemasaran process adalah 0,859
8. Hasil tingkat reliabilitas variabel animo konsumen pendidikan islam (Y) adalah 0,917

Berdasarkan tabel diatas, variabel yang diuji memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.