

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field research*, yang mana peneliti secara langsung mengumpulkan data di lokasi penelitian guna mengkaji pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam proses pengumpulan dan analisis data yaitu salah satu metode yang tujuan utamanya adalah untuk menemukan signifikansi dalam perbedaan antara kelompok atau hubungan antar variabel yang sedang diteliti.<sup>33</sup>

#### **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Dalam penelitian, populasi adalah kelompok yang terdiri atas individu atau objek dengan ciri khas tertentu yang dijadikan fokus kajian oleh peneliti untuk memperoleh generalisasi.<sup>34</sup> Adapun yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah seluruh jemaah umrah PT Ma'ali Wisata selama tahun 2024 yaitu berjumlah 4.281 orang.

---

<sup>33</sup> Bambang Sudaryana dan R. Ricky Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sleman: Deepublish, 2022), 241.

<sup>34</sup> Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 54.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian keseluruhan dari jumlah banyaknya dan ciri-ciri tertentu yang terdapat oleh populasi, atau segmen tertentu dari elemen populasi yang akan digunakan, dengan prosedur khusus agar dapat mewakili populasi secara keseluruhan.<sup>35</sup>

Dikarenakan jumlah jemaah umrah PT Ma'ali Wisata Banjarmasin pada tahun 2024 sangat banyak, maka digunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana atau *Simple Random Sampling* yang merupakan teknik di mana sampel dipilih secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>36</sup>

Untuk menentukan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini, digunakan ketentuan ukuran sampel menurut pendapat Slovin. Dengan rumusan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} = \frac{4.281}{(1 + 4.281 \times 0,1^2)} = 97,71$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (ditetapkan 10% atau 0,1)

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang dianalisis pada penelitian ini menggunakan 98 orang sebagai responden.

---

<sup>35</sup> Siyoto dan Sodik, 56.

<sup>36</sup> Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, dan Pariyana, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 31.

## C. Data dan Sumber Data

### 1. Data

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber aslinya melalui metode seperti wawancara, survei, atau eksperimen dll.<sup>37</sup> Adapun yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan jemaah terhadap bauran promosi dan keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada jemaah yang telah menggunakan jasa dari travel tersebut.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain seperti organisasi, lembaga, badan, atau institusi, dan telah tersedia untuk dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian.<sup>38</sup> Data sekunder dalam penelitian ini berkaitan dengan informasi pendukung seperti profil perusahaan PT Ma'ali Wisata, struktur organisasi, jenis-jenis paket umrah yang ditawarkan, dokumentasi promosi yang pernah dilakukan (seperti brosur, iklan media sosial, dan pamflet), serta data internal penjualan paket umrah PT Ma'ali Wisata tahun 2024.

---

<sup>37</sup> Abdul Rahman dkk., *Metode Pengumpulan Data* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), 171, [https://www.researchgate.net/publication/364383690\\_Metode\\_Pengumpulan\\_Data](https://www.researchgate.net/publication/364383690_Metode_Pengumpulan_Data).

<sup>38</sup> Karimuddin Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 63.

## 2. Sumber Data

- a. Responden, pada penelitian ini adalah jemaah umrah dari PT Ma'ali Wisata yang melaksanakan perjalanan umrah pada tahun 2024.
- b. Informan, dalam penelitian ini merupakan individu yang memiliki kapasitas untuk memberikan penjelasan dan informasi tambahan, yaitu para karyawan dari PT Ma'ali Wisata.
- c. Dokumentasi, dalam penelitian ini merujuk pada seluruh bentuk data atau dokumen yang memiliki keterkaitan dengan tujuan dari penelitian.

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu instrumen yang berisi sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang memiliki keharusan untuk diisi, direspon serta diberikan jawaban oleh responden atau individu yang menjadi objek pengukuran.<sup>39</sup> Kuesioner pada penelitian ini adalah Kuesioner Tertutup, yang menyajikan pertanyaan dengan jawaban yang sudah ditentukan, sehingga responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan jawaban dengan kalimat mereka sendiri, melainkan hanya memilih salah satu dari opsi yang telah disediakan.<sup>40</sup> Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada para jemaah umrah PT Ma'ali Wisata tahun 2024.

Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebarakan langsung kepada responden atau melalui kuesioner *online* yang dikirimkan melalui *WhatsApp*

---

88. <sup>39</sup> Amruddin dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022),

<sup>40</sup> Amruddin dkk., 138.

pribadi jemaah umrah yang menjadi sampel penelitian. Pengukuran terhadap dimensi dan indikator dalam penelitian ini dilakukan melalui skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 4, sehingga jawaban responden dapat diidentifikasi dengan jelas apakah lebih condong ke arah setuju atau tidak setuju.<sup>41</sup>

Tabel 3.1 Skala Likert

No.	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020)

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang dipakai dengan mengumpulkan data tentang berbagai hal melalui berbagai bentuk dokumen tertulis seperti buku, koran, majalah, catatan rapat, agenda, dan lain-lain. Dibandingkan dengan metode lain, metode ini relatif lebih mudah karena sumber datanya akan tetap serta tidak terjadi perubahan jika terdapat kesalahan.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa data – data mengenai banyaknya jemaah umrah PT Ma’ali Wisata Banjarmasin, gambaran umum lokasi penelitian, serta data – data lain yang berhubungan dengan pembahasan pada penelitian ini.

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 146.

<sup>42</sup> Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 66.

### 3. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan terfokus pada gejala atau kejadian dengan maksud mengungkapkan faktor penyebab, dan menemukan kaidah yang mengaturnya.<sup>43</sup> Observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Observasi Non Partisipan, yang mana dalam observasi non partisipan, peneliti tidak perlu berpartisipasi secara langsung seperti dalam observasi partisipan, cukup dengan mengamati dari kejauhan tanpa terlibat langsung.<sup>44</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan observasi terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan bauran promosi yang sudah dipakai atau dilaksanakan oleh PT Ma'ali Wisata Banjarmasin.

## E. Instrumen Penelitian

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Bauran Promosi	<i>Advertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklan yang menarik dan tidak berlebihan</li> <li>• Iklan yang informatif</li> <li>• Iklan mudah dipahami dan diingat</li> </ul>
	<i>Sales Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga khusus</li> <li>• Potongan harga</li> <li>• Fasilitas yang menarik</li> </ul>
	<i>Personal Selling</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk</li> <li>• Sifat ramah karyawan</li> <li>• <i>Fast respon</i> karyawan dalam menjawab pertanyaan</li> </ul>
	<i>Public Relation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadi <i>sponsorship</i></li> <li>• Menjalin kerja sama dengan tokoh masyarakat</li> <li>• Bekerja sama dengan <i>Brand Ambassador</i></li> </ul>

<sup>43</sup> Zuchri Abdussamad, *Buku Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media PRes, 2022), 147, <https://osf.io/juwxn>.

<sup>44</sup> Ririn Anasti dkk., *Sukses Menyelesaikan Skripsi dengan Metode Penelitian Kuantitatif dan Analisis Data SPSS* (Jakarta: Penerbit Salemba, 2022), 59.

Lanjutan Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jemaah memilih sesuai harga yang ada di iklan</li> <li>• Jemaah melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan</li> <li>• Berbagai pilihan paket umrah menjadi pertimbangan jemaah</li> <li>• Perasaan jemaah setelah pembelian</li> </ul>

## F. Uji Coba Alat Ukur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan dan pilihan jawaban yang telah disiapkan untuk responden. Instrumen ini akan diuji untuk validitas dan reliabilitasnya guna memastikan bahwa alat ukur yang digunakan adalah valid dan reliabel.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan keabsahan kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 10%. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pada kuesioner tersebut dianggap valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pada kuesioner tersebut tidak valid.<sup>45</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana konsistensi kuesioner sebagai indikator variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika

---

<sup>45</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2020), 51.

jawaban responden tetap konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dengan koefisien yang berada dalam rentang 0 hingga 1. Jika nilai koefisien melebihi 0,60, maka instrumen dianggap reliabel.<sup>46</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data berasal dari distribusi normal dalam populasi. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk uji normalitas, dengan kriteria bahwa nilai *Asymptotic Significance* harus melebihi dari 0,05.<sup>47</sup>

### 2. Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk menilai apakah terdapat keterkaitan yang linear antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>48</sup> Uji linieritas dilakukan dalam kondisi apabila penelitian hanya menggunakan dua variabel saja yaitu variabel independen dan variabel dependen.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas diterapkan agar melihat apakah penyebaran kesalahan (residual) memiliki pola yang tetap atau tidak di seluruh data. Jika tidak terpenuhi, maka hasil estimasi bisa menjadi kurang

---

<sup>46</sup> Ghozali, 51.

<sup>47</sup> AUFAR M. Rizky Yanuar, "Pengaruh Brand Ambassador 'Sahrul Gunawan' Terhadap Keputusan Jamaah Dalam Memilih PT. Amanah Fadhillah Insan (Afi Tour) Jakarta Selatan." (Jakarta Selatan, UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 51.

<sup>48</sup> I. Putu Ade Andre Payadnya dan I. Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS* (Deepublish, 2018), 61.

tepat dan tidak efisien, baik pada data jumlah kecil maupun besar. Untuk menguji heteroskedastisitas, dalam penelitian ini teknik uji koefisien korelasi *Spearman's rho* digunakan dengan mengorelasikan variabel independen dengan residualnya.

Dengan ketentuan:

- a. Jika  $\text{sig.} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika  $\text{sig.} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi adanya heteroskedastisitas.<sup>49</sup>

#### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana diterapkan untuk mengidentifikasi adanya pengaruh atau hubungan linier antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.<sup>50</sup>

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

$\alpha$ : Konstanta

$\beta$  : Koefisien Variabel Bauran Promosi

X : Bauran Promosi

---

<sup>49</sup> Sudarmanto Gunawan, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistik 19* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 216.

<sup>50</sup> Dewi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 134.

## 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan kata lain, nilai ini menunjukkan seberapa baik garis regresi yang diestimasi mencerminkan data sebenarnya.<sup>51</sup>

$$R^2 = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

## 6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji t bertujuan agar mengetahui sejauh mana pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikat. Pengujian menggunakan signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penentuan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a.  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima. Atau  $Sig. < 0,05$  maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b.  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Atau  $Sig. > 0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 231.