BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:39) menyatakan bahwa objek penelitian adalah :

"Objek Penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan."

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal. Dalam Penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu, "Strategi Harga dab Deferensiasi Layanan Terhadap Kepuasan Jemaah Travel Umroh PT.NURSALAM ILMI BAROKAH BANDUNG". Sesuai dengan judul penelitian maka penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (devenden). Objek penelitian yang menjadi variabel indevenden adalah Strategi Harga(X_1) Deferensi Layanan (X_2) sedangkan variabel dependen yaitu minat Kepuasan Konsumen (Y), penelitian ini akan dilakukan di Travel Umroh Nursalam Bandung.

3.2 Metode penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2016:2) adalah sebagai berikut:

> Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dimana data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan suatu cara untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan, atau mencatat data baik berupa data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk dianalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah yang terjadi sehingga didapat kebenaran atau kesimpulan atas data yang diperoleh untuk keperluan menyusun karya ilmiah.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2016:147)

> Metode deskriptif adalah metode 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.

Maka tujuan metode deskriptif yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi harga paket umroh travel Nursalam Bandung
2. Untuk mengetahui diferensi layanan oleh travel umroh Nursalam Bandung
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen travel umroh Nursalam Bandung

> ”Metode verifikatif yaitu pengujian hipotesis penelitian melalui alat analisis statistik”.

Sedangkan metode verifikatif menurut Narimawati (2008:21) :

> ”Metode verifikatif yaitu pengujian hipotesis penelitian melalui alat analisis statistik”.

Adapun tujuan metode verifikatif yang menjadi fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar strategi harga dan deferensi layanan terhadap kepuasan konsumen travel umroh Nursalam Bandung. baik secara parsial maupun secara simultan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Dalam melakukan penelitian diperlukan desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat.

Menurut Nazir dalam Narimawati(2010:30) desain penelitian adalah:

”Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai penggumpulan dan analisis data saja”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang akan dilakukan mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:16) penjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

1. Sumber masalah

Peneliti melakukan *survey* awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan masalah

Menetapkan rumusan masalah termasuk spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah strategi harga (X1) dan deferensiasi layanan (X2) kepuasan jemaah(Y).

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Peneliti dapat membaca referensi teoritis dan penemuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan masalah untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (hipotesis).

4. Pengajuan hipotesis

Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada jemaah travel umroh Nursalam Bandung.

5. Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data deskriftif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

6. Menyusun Instrrumen Penelitian

Setelah menentukan metode penelitian, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data, instrument pada penelitian ini berbentuk kuisisoner yang didapat dari konsumen travel umroh Nursalam Bandung yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan

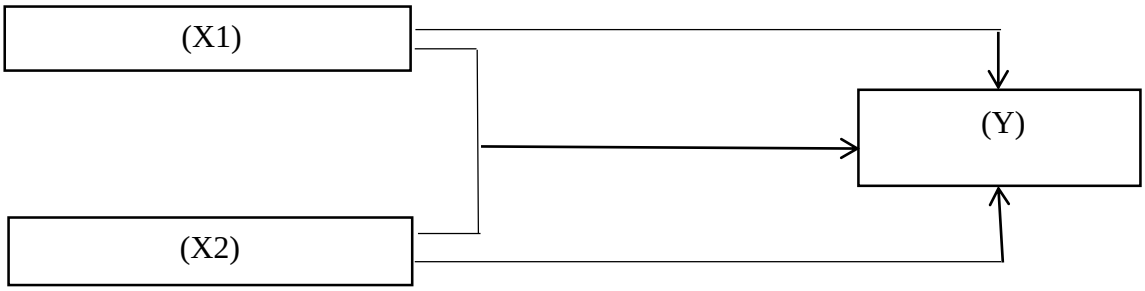
Langkah terakhir dari suatu periode penelitian adalah penarikan kesimpulan, yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah berdasarkan informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai dalam tabel berikut:

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Deskriptif*	*Survey*	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung	*Cross Sectional*
T – 2	*Deskriptif*	*Survey*	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung	*Cross Sectional*
T – 3	*Deskriptif*	*Survey*	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung	*Cross Sectional*
T – 4	*Deskriptif dan Verifikatif*	*Survey*	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung	*Cross Sectional*

Dan dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai seperti berikut:



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan suatu tindakan dalam membuat batasan-batasan yang akan digunakan dalam analisis. Adapun yang akan dianalisis adalah hubungan antara variabel bebas (variabel independen) dengan variabel terikat (variabel dependen).Operasional variabel menurut Nur Indriantoro (2002:69) adalah:

> Penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*. Sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Operasional dalam penelitian ini adalah variabel bebas/Independent dan Variabel tergantung/dependent**.** Penjelasan variabel penelitian menurut Sugiyono (2016:38):

> "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya."

Operasional variabel adalah langkah yang harus dilakukan sebelum mengadakan penilaian dan penelitian, hal ini dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Operasional variable ini diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variable-variabel yang terkait maka variable-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independen (X_1) dan (X_2)

Menurut Sugiyono (2016:39) pengertian variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulasi, *predictor*, *antecedent*.Variebel independen yaitu variabel bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah strategi harga (X_1) dan diferensiasi layanan (X_2)

b. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016:39) pengertian variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional variabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	No. Kuesioner	Skala	Sumber Data
Strategi Harga (X1)	Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.” (Philip Kolter, 2008:345)	1. Harga barang/jasa	Tingkat kesesuaian harga dengan fasilitas	1	Ordinal	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung
		2. Daya beli masyarakat	tingkatKemampuan masyarakat untuk membeli	2		
		3. Penyesuaian harga	Tingkat pilihan harga paket umroh	3		
		4. Kondisi pasar	Tingkat untuk melihat peluang konsumen/jamaah	4		

		5. Harga Produk /Jasa Pesaing	Tingkat persaingan harga travel umroh	5		
Deferensiasi Layanan (X2)	Diferensiasi pelayanan adalah pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang memenuhi standar kwalitas karena dituntut sesuai dengan harapan konsumen atau masyarakat. (Maddy 2009:86)	1.Kesesuaian (ability)	Tingkat kesesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan	1	Ordinal	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung
		2.Sikap (attitude)	Tingkat penampilan, tindakan,perhatian kepada konsumen	2		
		3.Perhatian (attention)	Tingkat kesiapan dan kesigapan terhadap kebutuhan konsumen	3		
		4.Tindakan (action)	Tingakat kerja nyata terhadap konsumen	4		

		5.Tanggung jawab (responsibility) Swastika (2005:3)	Tingkat untuk Pemberian layanan sepenuhnya terhadap konsumen	5		
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan,keinginan dan harapan dapat terpenuhi **Walker (2001:35)**	1. Kesesuaian harapan	Tingkat keinginan konsumen yang terpenuhi dan memuaskan	1	Ordinal	Konsumen travel umroh Nursalam Bandung
		2. Minat berkunjung kembali	Tingkat keinginan konsumen untuk kembali membeli produk/jasa	2		
		3.Kesediaan merekomendasikan	Tingkat untuk memberikan informasi kepada orang lain terhadap kepuasan	3		

		4.Nilai positif yang didapat dari penyedia jasa 5.Hasil yang memuaskan	yang didapat Penilaian positif oleh Jemaah terhadap penyedia jasa Tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan	4 5		

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut Sugiyono (2009:21) adalah sebagai berikut:

> Skala ordinal, adalah skala yang berjenjang dimana sesuatu lebih atau kurang dari yang lain. Data yang diperoleh dari pengukuran dengan skala ini disebut dengan data ordinal yaitu data yang berjenjang yang jarak antara satu data dengan yang lain tidak sama.

Dari pengertian diatas tujuan dari penggunaan skala ordinal adalah memperoleh informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur

oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2016:93) skala *likert* adalah sebagai berikut:

"Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial".

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Pilihan Jawaban Kuisioner

Keterangan	**Skor Positf**	**Skor Negatif**
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono, 2016

3.2.3 Sumber Data dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2016:137) data primer sebagai berikut :

> "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Sedangkan sumber data sekunder menurut Sugiyono (2016:137) adalah :

> "Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data ". Menggunakan data sekunder apabila peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain".

Berdasarkan penjelasan di atas, maka sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dimana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen travel umroh Nursalam Bandung.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Prof. Dr. Sugiyono (2016:80) menyatakan populasi adalah sebagai berikut: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulan."

Berdasarkan pengertian diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah Jemaah travel umroh Nursalam 332 jemaah yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.4

Jumlah Jemaah Umroh PT.Nursalam Tahun 2015-2016

No	Tahun	Bulan Keberangkatan	Jumlah Jemaah
1	2015	Januari	38 Jemaah
2	2015	Maret	36 Jemaah
3	2015	Mei	37 Jemaah
4	2015	September	37 Jemaah

5	2015	Desember	38 Jemaah
6	2016	Januari	36 Jemaah
7	2016	Maret	37 Jemaah
8	2016	April	39 Jemaah
9	2016	Juni	34 Jemaah
Jumlah			**332**

Sumber : PT.Nursalam Ilmi Barokah Bandung

2. Sampel

Pengertian sampel menurutSugiyono(2016:81)adalah sebagai berikut:

“ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik penarikan *Stratified random sampling*. *Stratified random sampling*menurut Sugiyono (2016:82) adalah metode penarikan ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendeketan *slovin*, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1+Ne\ 2}}$$

Ket :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Berdasarkan rumusan diatas, dapat diketahui sampel yang akan diambil pada penelitian ini melalui perhitungan berikut :

$$\boldsymbol{n = \frac{332}{1+332\ (0{,}1)2}}$$

$$\boldsymbol{= 76{,}8518519 = 77}$$

Dengan menggunakan rumus diatas bahwa dengan populasi sebanyak 332 jemaah, tingkat kesalahan yang digunakan 10% maka dapat diketahui sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 77jemaah dengan pembulatan keatas.

Ukuran alokasi sampel pada masing–masing store dengan menggunakan alokasi sampel proporsional dapt ditentukan dengan menggunakan rumus *Newman* sebagai berikut :

$$\boldsymbol{ni = \frac{Ni}{N}\ x\ n}$$

Keterangan :

ni = besarnya sampel pada strata ke-i

Ni = besarnya populasi pada strata ke i

N = besarnya populasi keseluruhan

n= besar ukuran sampel

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka alokasi jumlah sampel minimum pada masing – masing Jemaah setiap tahun dapat dilihat secara lengkap pada tabel 3.5 berikut :

Tabel 3.5

Populasi dan Sampel

No	Tahun	Bulan Keberangkatan	Jumlah	Sampel
1	2015	Januari	38	9
2	2015	Maret	36	8
3	2015	Mei	37	8
4	2015	September	37	9
5	2015	Desember	38	9
6	2016	Januari	36	8
7	2016	Maret	37	9
8	2016	April	39	9
9	2016	Juni	34	8
Jumlah			**332**	**77**

Sumber : Data yang diolah

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan metode pengumpulan data penelitian lapangan *(field research).* Dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder (Data yang diambil langsung dari Universitas Komputer Indonesia.).

Data primer ini didapatkan melalui teknik – teknik sebagai berikut :

a. Observasi (pengamatan langsung)

   Observasi dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi/laporan analisis yang disebutkan. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Penulis mengamati langsung pada konsumn ravel umroh Nursalam Bandung

b. Wawancara

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis dapat mengadakan hubungan langsung dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian.

c. Kuisioner

   Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner

tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini.

Data sekunder ini didapat melalui teknik – teknik sebagai berikut :

Dokumentasi ->Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen – dokumen lain yang terdapat pada perusahaan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang terjadi, yang dalam hal ini adalah strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasan Jemaah.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuesioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data, menurut Sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

> "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur".

Lebih lanjut uji validitas menurut Cooperdalam Umi Narimawati (2010:42), validitas adalah :

"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure".

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Harga (X_1), Diferensiasi layanan (X_2) dan Keputusan Konsumen.

Tabel 3.6

Standar Penilaian untuk Validitas

Kriteria	**Validity**
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Sumber *:* Barker *et al*, 2002:70

Secara teknis valid tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden diukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir

pernyatan lainnya. Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.Berdasarkan hasil pengolahan menggunakanrumus korelasi *pearson product moment* (r).

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment.* Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows* dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$rx = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)-(\sum y)}{N}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}}$$

(Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson*

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Tabel 3.7.

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Harga (X_1)	1	0.850	0.300	Valid
	2	0.833	0.300	Valid
	3	0.772	0.300	Valid
	4	0.734	0.300	Valid
	5	0.815	0.300	Valid
Diferensiasi layanan (X_2)	1	0.695	0.300	Valid
	2	0.914	0.300	Valid
	3	0.914	0.300	Valid
	4	0.735	0.300	Valid
	5	0.846	0.300	Valid
Keputusan Konsumen (Y)	1	0.769	0.300	Valid
	2	0.789	0.300	Valid
	3	0.754	0.300	Valid
	4	0.726	0.300	Valid
	5	0.781	0.300	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2017)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Harga, Diferensiasi layanan dan kepuasan Konsumen. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan pada

penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.300 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2.4.1.1 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:3) reliabiltas adalah sebagai berikt:

"Derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu."

Berdasarkan definisi tersebut, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relative sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran.

Pengujian ini dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan suatu teknik perhitungan reliabilitas. Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuesioner pada penelitian ini adalah metode *split-half* dari *Spearman-Brown* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membagi pertanyaan menjadi belah dua yaitu item ganjil dan genap.

2. Skor untuk masing-masing pertanyaan pada tiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan dua skor total untuk masing-masing responden.
3. Mengkorelasikan skor total satu dengan skor total dua dengan korelasi pearson product moment.
4. Mencari reliabilitas untuk keseluruhan pertanyaan dengan rumus Spearman Brown sebagai berikut:

$$\acute{r}1 = \frac{2\acute{r}b}{1 + \acute{r}b}$$

Keterangan :

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah :

1. Jika thitung lebih dari satu atau sama dengan t0,05 dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.
2. Jika thitung kurang dari t0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS. Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7. Selain valid instrument penelitian juga harus andal, keandalan instrument menjadi indikasi bahwa responden konsisten dalam memberikan tanggapan atas pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.7.

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Margina	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber : Barker et al, 2002:70

Selain valid instrument penelitian juga harus memiliki keandalan, keandalan instrument penelitiam menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 17.0 maka dapat diperoleh pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Harga (X_1)	0.846	0.70	Reliabel
Diferensiasi layanan (X_2)	0.916	0.70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.881	0.70	Reliabel

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2017)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari r_{tabel} yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji validdan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui *"Method of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. **Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval**

   Adapun langkah – langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut :

   a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
   b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
   c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d. Menghitung nilai detensitas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval.*

$$Means\ of\ Interval = \frac{(Dencity\ at\ Lower\ Limit) - (Dencity\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ at\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Dimana:

Means of Interval =Rata – rata Interval

Density at Lower Limit =Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit =Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit =Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit =Daerah di bawah batas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Mimimal + 1

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati Umi (2010 :41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana

yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti.

3.2.5.1.2 Analisis Data Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif / Kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri- ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh Universitas Komputer Indonesia berdasarkan fakta – fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori : sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\%\ \boldsymbol{Skor} = \frac{\boldsymbol{Skor\ Ideal}}{\boldsymbol{Skor\ Actual}}\ \boldsymbol{x}\ \mathbf{100}\ \%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 3.9.
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

3.2.5.1.3 Analisis Data Verikatif/Kuantitaf

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi

berganda *(Multiple Regression)* Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel motivasi, lingkungan keluarga dan minat berwirausaha

3.2.5.1.4 Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap suatu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama – sama. Dalam hal ini variabel yang diteliti yaitu Strategi Harga (X1), Deferensiasi Layanan (X2) dan Kepuasan Jemaah (Y).Persamaan Regresi Linier Berganda dalam penelitian adalah :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat / dependent

X_1 = Variabel bebas / independent

X_2 = Variabel bebas / independent

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi X1

b_2 = Koefisien regresi X2

e = *Error*/variabel residu

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Strategi Harga(X1) dan Deferensiasi Layanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Jemaah(Y), sehingga persamaan regresi bergandanya adalah sebagai berikut: $\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$

Dimana:

Y = Variabel Strategi Harga (terikat / dependent)

X_1 = Variabel Deferensiasi Layanan (bebas / independent)

X_2 = Variabel Kepuasan Jemaah (bebas / independent)

a = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi X1

b_2 = Koefisien regresi X2

e = *Error*/variabel residu

Untuk memperoleh hasil lebih akurat pada analisis berganda maka dilakukan pengujian asumi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Berberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda *(multiple linier regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel (bebas maupun terikat) mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2005). Data outlier(tidal normal) harus dibuang karena menimbulkan bias dalam interpretesi dan mempengruhi data lainnya. (Wijaya, 2009:124- 25)

b. Uji Multikolinieritas

Menuruh Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempuran diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya Mandala(dalam Ervan Agus Purmanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 20011:198). Jika terdapat kolerasi yang kuat diantara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesame variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefesien regresi semakin besra, yang mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoloniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2008:362), jika nilai *VIF* nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

Beberapa alternatif cara untuk mengatasi masalah multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Menganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai kolerasi yang tinggi.
2. Menambah jumlah observasi.
3. Mentrasformasikan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritma natural, akar kuadrat atau bentuk *difference delta*.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedstisitas. Dasar analisisnya adalah (Ghozali, 2005):

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis Kolerasi

Korelasi dapat diartikan sebagai hubungan asosiasi. Analis korelasi bertujuan untuk mengetahui pola dan kereratan hubungan diantara dua variabel atau lebih.

Rumus yang digunakan dalam uji korelasi adalah 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_{xy} = Koefisien korelasi sederhana antara skor butir(X) dengan skor butir (Y)

X = Variabel bebas (independen)

Y = Variabel terikat (dependen)

n = Jumlah data/ responden

Dimana : -1< r < +1

Uji kolerasi digunakan untuk menguji tentang ada tidaknya hubungan antar variabel dengan variabel lain. Dalam analisis kolerasi yang diperhatikan adalah arah (positif atau negatif) dan besarnya hubungan (kekuatan). Koefisien kolerasi yang mempunyai harga -1 hingga +1 (bergerak dari nol hingga 1 dan memiliki nilai positif atau negatif). Semakin mendekati nilai 1 maka akan semakin besar atau semakin kuat hubungan variabel atau semakin mendekati sempurna = 1, sebaliknya jika mendekati 0 maka semakin lemah atau kecil hubungannya. (Wijaya, 2009:81)

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.10.

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	**Sangat rendah (hampir tidak hubungan)**
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin, 2003:157

3.2.5.2 Pengujian hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengetahuan strategi harga dan deferensiasi layanan sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

a. Hipotesis

Hipotesis Parsial

H01;$\beta 1 = 0$, Tidak ada pengaruh antara strategi harga terhadap kepuasan jamaah travel umroh Nursalam Bandung.

H01;$\beta 1 \neq 0$, Ada pengaruh antara strategi harga terhadap kepuasan jamaah travel umroh Nursalam Bandung.

H02;$\beta 2 = 0$, Tidak ada pengaruh antara diferensiasi layanan terhadap kepuasan jamaah travel umroh Nursalam Bandung.

H02;$\beta 2 \neq 0$, Adanya pengaruh antara deferensiasi layanan terhadap kepuasan jamaah travel umroh Nursalam Bandung.

Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila thitung < dari ttabel ($\alpha = 0{,}05$). Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika thitung > ttabel maka H0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara Variabel X dan Variabel Y ada hubungannya.
b. Jika thitung < ttabel maka H0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara Variabel X dan Variabel Y tidak ada hubungannya.

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Rumus Uji F

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana: Jkresidu = Koefisien

nda

K = Jumlah variabel bebas

N= Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung> Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (*Orientasi pasar* dan Lokasi) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Kinerja Bisnis) ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono,2016:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

a. Hipotesis

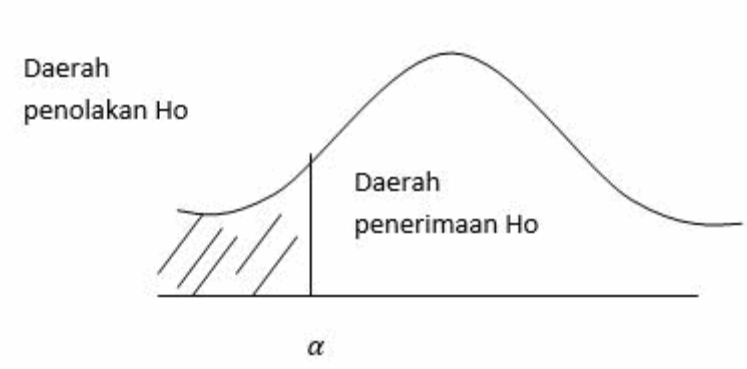
H0;β1β2 = 0, tidak ada pengaruh antara strategi harga dan deferensi layanan terhadap kepuasan konsumen Nursalam.

Ha;β1β2 ≠ 0, ada pengaruh antara strategi harga dan deferensi layanan terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria Pengujian

a. Apabila probabilitas signifikansi F-test > 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

b. Apabila probabilitas signifikansi F-test < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.



Gambar 3.2 Daerah penerimaan dan penolakan Ho

3.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan berdasarkan pada hasil kriteria yang telah dijelaskan di atas, juga dari teori-teori yang mendukungobjek dari masalah yang diteliti. Daerah yang merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika T hitung dan F hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak

(diterima) dan Ha diterima (ditolak). Kesimpulannya, strategi harga dan deferensi layanan berpengaruh (tidak berpengaruh) secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95 %, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya) pengaruh yang meyakinkan(signifikan) antara ketiga variabel tersebut.