

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penggunaan yang dipakai serta yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif.(Sugiyono, 2020) menguraikan penggunaan metode secara kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data menggunakan penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, bertujuan untuk dapat menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang dikaji serta topik permasalahan yang dikaji di dalam penelitian. Menurut Husein Umar (2013) objek penelitian adalah menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Sedangkan menurut Supriati (2015) pengertian objek penelitian adalah variabel yang dikaji oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan.

Menurut Moleong (2010), subjek penelitian adalah seseorang yang sebagai informan yang diperlukan dalam memberikan suatu informasi mengenai situasi dan kondisi tempat penelitian. Subjek penelitian yang dari penelitian ini yaitu jemaah yang melakukan ibadah umrah bersama ESQ Tours & Travel.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua dari subjek atau objek pengamatan yang akan digunakan pada penelitian dan sekelompok elemen-elemen atau individu di dalam suatu area tertentu. Populasi dapat dimaknai sebagai seluruh kelompok orang (manusia), kejadian, atau hal-hal yang menarik perhatian peneliti di mana peneliti tersebut ingin melakukan investigasi terhadapnya dan menarik kesimpulan terhadapnya (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut Silalahi (2017) populasi adalah satu kelompok objek, item, individu dari mana sampel tersebut akan diambil untuk mengukur. Populasi adalah jumlah total dari seluruh bagian atau elemen dimana penulis tertarik. Dalam meneliti suatu populasi berarti peneliti memperoleh data-data dari semua elemen populasi untuk menggambarkan dan membuat kesimpulan tentang populasi.

Berdasarkan data yang didapat terdapat sebanyak 119 jemaah umrah yang mengikuti kegiatan ibadah umrah yang dilaksanakan dari periode bulan Maret 2022 – Mei 2022 dengan rincian yaitu, bulan Maret sebanyak 27 jemaah, bulan April gelombang pertama sebanyak 32 jemaah, bulan April gelombang kedua sebanyak 23 jemaah, dan bulan Mei terdapat peningkatan sebanyak 37 jemaah.

2. Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi. Sampel diambil dan digunakan dari populasi objek pengamatan karena dianggap dapat mewakili sebuah populasi yang ada. Dalam menggunakan metode penelitian secara kuantitatif, sampel merupakan bagian dari jumlah yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti (Sugiyono, 2020). Menurut Silalahi (2017) sampel terkait dengan siapa yang akan disurvei. Penulis harus terlebih dahulu menentukan apa tipe data/informasi yang dibutuhkan baru menentukan siapa yang memilikinya.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dibagi menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam metode penelitian ini metode teknik sampling yang digunakan yaitu metode teknik *Probability Sampling* dengan pengambilan data menggunakan *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* atau bisa disebut pengambilan sampel acak sederhana merupakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti melakukan pengambilan tanpa memperhatikan strata yang ada di populasi itu sampel karena semua elemen yang ada dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama, bebas, dan seimbang. Rancangan sampling acak sederhana dapat efektif digunakan jika dalam populasi relatif bersifat homogen, tersedia kerangka *sampling*, populasi tidak tersebar dan biasanya secara geografis, populasi relatif tidak besar (Silalahi, 2017).

Dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/jemaah umrah yang melakukan ibadah umrah bersama ESQ Tours & Travel sebanyak 92 dari total 119 peserta. Sugiyono (2020) mengemukakan dalam menentukan ukuran sampel seluruh sampel bisa dinyatakan dengan ukuran sampel itu sendiri. Jumlah sampel yang digunakan diharapkan dapat mewakili populasi sehingga tidak terjadinya kesalahan-kesalahan dalam mengeneralisasi. Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi maka peluang kesalahan yang digeneralisasi semakin sedikit dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel yang menjauhi suatu populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan secara umum).

Dikarenakan seluruh populasi yang akan dilakukan pendataan selesai diketahui, peneliti dapat menggunakan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5%

Berdasarkan penghitungan total populasi yang didapat sebanyak 119 jemaah umrah dengan menggunakan perhitungan rumus di atas didapatkan hasil sebanyak 92 orang yang dijadikan sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, penulis membutuhkan metode pengumpulan data untuk mengumpulkan dan memproses informasi yang dibutuhkan karena pengumpulan data merupakan inti dan bahan penting dari mengapa sebuah masalah harus diteliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai pengaturan, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2020). Menurut Silalahi (2017) pengumpulan data (*data-collection, data gathering*) merupakan bagian integral dan fundamental dari suatu rancangan. Setelah rancangan penelitian secara detail telah ditetapkan, penulis harus secara cermat dalam mengumpulkan data, utamanya dalam bentuk angka.

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data guna mencari informasi yang relevan dan tepat, yaitu

1. Penyebaran Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah proses akumulasi pengumpulan data dari para responden. Dalam metode kuesioner para responden akan diberikan beberapa pertanyaan/ Pernyataan dan diberikan pilihan dalam menjawab pertanyaan. Kuesioner dianggap metode yang penting untuk dilakukan khususnya dalam penelitian kuantitatif dikarenakan dengan metode ini penulis mendapat informasi dari responden secara langsung, jujur, dan cepat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, kuesioner penelitian dapat dijabarkan sebagai alat penelitian yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis agar penulis bisa mendapatkan tanggapan dari kelompok yang terpilih melalui wawancara pribadi dalam kuesioner penelitian tersebut.

Menurut Silalahi (2017) penskalaan atau *scalling* adalah untuk mengukur intensitas, arah, tingkat, atau potensi variabel. Sistem skala yang diperlukan pada kuesioner penelitian ini yaitu dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan suatu teknik penilaian skala dalam mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang dirinya, atau kelompoknya atau sekelompok orang berhubungan dengan suatu hal. Skala *Likert* terdiri dari *summative scale* atau *summated-rating scale* dan juga Skala *Likert* terdiri dari sejumlah pernyataan dengan berbagai kategori respons yang kemudian nilai/skor seseorang pada skala ini dihitung dengan menjumlahkan jumlah tanggapan yang diberikan oleh responden.

Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Setiap jawaban dalam setiap item instrumen yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2020).

TABEL 1
BOBOT NILAI SKALA *LIKERT*

Keterangan	Skor
Sangat Setuju/Sangat Puas	5
Setuju/Puas	4
Ragu-ragu/Netral	3
Kurang Setuju/Tidak Puas	2
Tidak Setuju/Sangat Tidak Puas	1

Pelaksanaan penyebaran kuesioner dalam kegiatan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibuat melalui oogle Form dan menyebarkan kuesioner tersebut kepada jemaah yang telah melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan ESQ Tours & Travel.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur dalam hal ini yang akan di wawancara yaitu dengan pihak ESQ Tours & Travel. Menurut Sugiyono (2020), Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara tidak terstruktur, pewawancara mempunyai satu daftar pertanyaan tentang topik atau isu yang sering dinamakan sebagai satu *interview*

guide, yang secara khas dicakup. Penyampaian atau pengutaraan dan peruntutan pertanyaan akan bervariasi dari wawancara ke wawancara(Silalahi, 2017).

3. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mempelajari beberapa sumber yang tersedia mulai dari referensi/literatur seperti jurnal, buku, berita terkait dengan penelitian yang dilakukan serta dapat juga dilakukan melalui pencarian melalui internet. Menurut Nazir (2013) teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

E. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner atau yang bisa disebut angket ini akan dibagikan kepada responden yaitu jemaah yang mengikuti umrah di ESQ Tours & Travel untuk memberikan jawaban pada salah satu kolom jawaban yang tertera mulai dari sangat buruk hingga sangat baik. Kuesioner yang akan dilakukan dan dibuat dalam bentuk skala berupa skala *likert* dan akan dianalisis dengan pendekatan metode kuantitatif.

2. Pedoman Wawancara

Dikutip dari jurnal pengumpulan data wawancara dari Rachmawati (2007) metode dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak berstruktur, tidak ada standarisasi, bersifat informal, atau berfokus dimulai dari pertanyaan umum dalam area yang luas pada penelitian. Wawancara ini biasanya diikuti oleh suatu kata kunci, agenda atau daftar topik yang akan dicakup dalam wawancara. Jenis wawancara

ini bersifat fleksibel dan peneliti dapat mengikuti minat dan pemikiran partisipan. Pewawancara dapat dengan bebas menanyakan berbagai pertanyaan kepada partisipan dalam urutan manapun bergantung pada jawaban.

3. Penelaahan Kepustakaan

Menelaah kajian pustaka bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data secara ilmiah berupa pendekatan, teori atau metode yang digunakan dalam bentuk jurnal, buku, catatan dan penelitian terdahulu (Pohan dalam Prastowo, 2012).

F. Definisi Matriks Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan bagaimana cara penulis menguraikan variabel-variabel yang sedang atau yang akan dicermati sesuai dengan beberapa indikator dan dimensi yang ada. Dalam operasional variabel terdapat dimensi-dimensi penelitian untuk mengetahui bagaimana metode dalam mengukur atau menilai variabel. Instrumen-instrumen penelitian dalam bidang sosial umumnya dan khususnya bidang bisnis yang sudah baku sulit ditemukan.

Oleh karena itu, peneliti harus mampu dalam membuat instrumen yang akan digunakan dalam kegiatan penelitian yang dilakukan dikarenakan titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikatornya yang akan dinilai. Dari beberapa indikator yang ada kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan “matrik pengembangan instrumen” atau “kisi-kisi instrumen” (Sugiyono, 2020).

Dalam mengevaluasi jasa menurut Tjiptono & Diana (2019), umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) beberapa item yang meliputi dan terdiri seperti fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang dimiliki perusahaan.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu suatu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, secara akurat, dan bisa memuaskan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu suatu keinginan karyawan untuk bisa membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sigap dan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup dari seluruh kemampuan, kesopanan, pengetahuan, dan beberapa sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan yang bebas dari bahaya, risiko, atau sikap keragu-raguan.
5. Empati (*Empathy*), yaitu yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan menurut Tjiptono & Diana (2019), umumnya menggunakan beberapa faktor berikut, seperti:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overaal Customer Satisfaction*)

Dalam dimensi kepuasan pelanggan secara keseluruhan, pelanggan dapat langsung ditanya seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa lalu kepuasan diukur pelanggan berdasarkan produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Dimensi kepuasan (*Satisfaction Dimension*)

Dalam dimensi kepuasan, perusahaan mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta kepada pelanggan untuk menilai produk atau jasa berdasar item yang lebih spesifik, seperti keramahan karyawan, kecepatan dalam melakukan layanan, fasilitas layanan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing

berdasar item spesifik dan serta menentukan dimensi-dimensi yang paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*)

Dalam dimensi konfirmasi harapan, kepuasan pelanggan tidak diukur langsung. Namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual suatu produk atau jasa pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan kepada perilaku dengan menanyakan kepada pelanggan apakah mereka akan menggunakan kembali produk atau jasa perusahaan.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kesiediaan untuk merekomendasi, kasus produk atau jasa yang pembelian ulang yang digunakan relatif lama atau bukan hanya terjadi dalam satu kali pembelian.

6. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Ketidakpuasan pelanggan terdiri dari biaya garansi, pengembalian produk, komplain, penarikan kembali suatu produk/jasa dan konsumen yang beralih ke pesaing yang ada.

TABEL 2
Matriks Operasional Variabel (MOV)

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	No Kuesioner
Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) menguraikan beberapa konsep dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang ditentukan berdasarkan lima dimensi utama yang dirangkai sesuai dengan urutan tingkat kepentingannya	Kualitas Pelayanan (X)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Perusahaan memberikan pelayanan umrah sesuai dengan standar yang dijanjikan	Kuesioner	Q1
			Perusahaan dapat diandalkan dalam menangani masalah Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q2
			Perusahaan memberikan pelayanan umrah dengan akurat dan tepat sesuai dengan apa yang diinginkan Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q3
			Perusahaan memberangkatkan umrah sesuai dengan waktu yang dijanjikan		Q4
			Perusahaan menyiapkan dokumen perjalanan umrah Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah tanpa kesalahan		Q5
		Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Perusahaan menginformasikan kepada Bapak/Ibu tentang kepastian waktu berangkat umrah		Q6
			Perusahaan memberikan pelayanan dengan cepat kepada Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q7
			Perusahaan memberikan kesediaan untuk membantu Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q8
			Perusahaan siap untuk merespon permintaan Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q9
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	Perusahaan dapat dipercaya sebagai penyelenggara ibadah umrah bagi Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q10
			Perusahaan membuat Bapak/Ibu merasa aman sewaktu melakukan transaksi/akad umrah		Q11
			Perusahaan dan seluruh karyawan memiliki sikap konsisten bersikap sopan terhadap Bapak/Ibu sebelum, saat, dan pasca umrah		Q12
			Seluruh karyawan perusahaan mampu menjawab pertanyaan Bapak/Ibu mengenai umrah di ESQ Tours & Travel		Q13
		Empati (<i>Empathy</i>)	Bapak/Ibu memperoleh kemudahan dalam mendapatkan paket ibadah umrah terbaik sesuai dengan rekomendasi ESQ Tours & Travel		Q14

TABEL 2
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)
(LANJUTAN)

			Perusahaan dan seluruh karyawan memperlakukan Bapak/Ibu secara penuh perhatian sebagai jemaah umrah		Q15
			Perusahaan bersungguh-sungguh mengutamakan kepentingan Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q16
			Perusahaan dan seluruh jajaran karyawan dapat memahami kebutuhan Bapak/Ibu sebagai jemaah umrah		Q17
			Waktu beroperasi (jam kantor) perusahaan cocok dan sesuai dengan waktu senggang Bapak/Ibu untuk berkonsultasi sebelum umrah		Q18
			Bapak/Ibu memperoleh kemudahan dalam memberikan masukan/saran kepada perusahaan terhadap layanan, jasa/produk umrah yang diberikan ESQ Tours & Travel		Q19
		Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Penampilan interior fasilitas akomodasi yang ada saat umrah berlangsung sesuai dengan yang dijanjikan		Q20
			Transportasi darat dan udara yang digunakan saat perjalanan umrah sesuai dengan yang dijanjikan		Q21
			Perlengkapan dan peralatan umrah yang diberikan saat umrah sangat lengkap dan sesuai dengan informasi yang diberikan		Q22
			Penampilan para pegawai terlihat rapi dan profesional sebelum dan saat umrah berlangsung		Q23
			Lokasi hotel saat ibadah umrah berlangsung sangat mudah dijangkau		Q24

TABEL 2
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)
(LANJUTAN)

<p>Kepuasan pelanggan biasanya terbentuk setelah konsumen sudah menggunakan produk/jasa yang dibeli atau digunakan lalu konsumen tersebut mengevaluasi pengalaman penggunaan suatu produk/jasa itu untuk memutuskan apakah mereka akan menggunakan kembali produk/jasanya (Arief, 2006). Menurut Tjiptono & Diana (2019) terdapat enam konsep berkaitan dengan obyek pengukuran kepuasan.</p>	<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)</p>	<p>Kualitas jasa pelayanan ibadah umrah yang diberikan ESQ Tours & Travel secara keseluruhan dari awal sampai akhir perjalanan</p>	<p>Kuesioner</p>	<p>Q25</p>
		<p>Dimensi Kepuasan (<i>Satisfaction Dimension</i>)</p>	<p>Keramahan dan profesionalisme para pegawai ESQ Tours & Travel yang membantu sebelum dan saat ibadah umrah berlangsung</p>		<p>Q26</p>
		<p>Konfirmasi Ekspektasi (<i>Confirmation of Expectation</i>)</p>	<p>Kualitas pelayanan terhadap produk jasa ibadah umrah ESQ Tours & Travel sesuai dengan ekspektasi/harapan Bapak/Ibu</p>		<p>Q27</p>
		<p>Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intent</i>)</p>	<p>Saya bersedia untuk membeli kembali jasa atau produk ibadah umrah yang ditawarkan di ESQ Tours & Travel di lain waktu</p>		<p>Q28</p>
		<p>Kesediaan Untuk Merekomendasi (<i>Willingness to Recommend</i>)</p>	<p>Saya bersedia untuk merekomendasikan ibadah umrah bersama ESQ Tours & Travel kepada teman, kerabat, keluarga, dan lainnya</p>		<p>Q29</p>
		<p>Ketidakpuasan Pelanggan (<i>Customer Dissatisfaction</i>)</p>	<p>Bapak/Ibu memperoleh kemudahan dalam menyampaikan keluhan kepada perusahaan terhadap layanan, jasa/produk umrah yang diberikan ESQ Tours & Travel</p>		<p>Q30</p>

Tabel 2: Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2013; Arief, 2006; Tjiptono & Diana, 2019

G. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020), analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden yang mengisi telah terkumpul lalu penulis melakukan beberapa kegiatan dalam menganalisis suatu data berdasarkan variabel dan jenis responden seperti menghitung untuk menjawab seluruh rumusan masalah, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, serta menghitung dan menguji hipotesis yang sudah diajukan.

Dalam penelitian ini untuk mencari pengaruh varian variabel dapat digunakan teknik statistik dengan menghitung seberapa besarnya koefisien determinasi yang ada. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang sudah ditemukan, dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Koefisien determinasi dapat dinyatakan dalam bentuk persentase (Sugiyono, 2020).

2. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis Regresi Linear Sederhana yang dibantu berupa penggunaan aplikasi SPSS versi 26. Model analisis regresi linier sederhana adalah suatu jenis analisis regresi yang melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat di mana pengaruh antara variabel- variabel tersebut diperkirakan dengan garis lurus. Dalam terminologi regresi, variabel yang bisa diprediksi dapat disebut sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Variabel yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat disebut variabel bebas (*independent variable*) dan variabel yang diprediksi disebut variabel terikat (*dependent variable*). Dalam judul penelitian ini pengaruh suatu kualitas pelayanan merupakan variabel bebas (*independent variable*) sedangkan kepuasan jemaah umrah merupakan variabel terikat (*dependent variable*). Dalam terminologi

di bidang statistik, X merupakan variabel yang menunjukkan variabel bebas sedangkan Y merupakan variabel yang menunjukkan variabel terikat.

Analisis regresi adalah satu set teknik statistik yang digunakan untuk menilai hubungan. Menurut Sugiyono (2020), regresi linier sederhana merupakan hubungan berdasarkan pada hubungan kausal dan fungsional atau bisa disebut hubungan bersebab akibat yang merupakan hubungan antara satu variabel independen (x) dan variabel dependen (y). Rumus yang digunakan dalam regresi linier sederhana yaitu:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y': Garis regresi/ variable response atau subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Besarnya konstanta a dan b dapat ditentukan menggunakan rumus persamaan :

$$a = \frac{(\Sigma y) (\Sigma x^2) - (\Sigma x) (\Sigma xy)}{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x) (\Sigma y)}{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, agar instrumen penelitian layak digunakan maka dapat terlebih dahulu diuji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden yang akan dijadikan sampel penelitian. Untuk mengkaji kelayakan kuisisioner yang akan digunakan maka digunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dilakukan sejauh mana ukuran secara akurat merefleksikan pokok isi konstruk yang diukur. Jika ukuran mewakili konstruk maka instrumen ukuran penelitian adalah valid atau sah. Validitas menunjuk kepada sejauh mana perbedaan dalam skor suatu instrument dan item-item dan kategori respons yang antara individu-individu, kelompok-kelompok, atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang ketemuan untuk ukuran (Silalahi, 2017).

Dalam pengujian yang dilakukan ini maka pengujian dilakukan untuk menguji kebenaran setiap pernyataan dalam mengukur variabelnya. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari r tabel sebesar 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

TABEL 3
UJI VALIDITAS

Variabel	Nomor Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
	X1	0,687	0.361	Valid

TABEL 3
UJI VALIDITAS

(LANJUTAN)

Kualitas Pelayanan (X)	X2	0,646	0.361	Valid
	X3	0,661	0.361	Valid
	X4	0,708	0.361	Valid
	X5	0,522	0.361	Valid
	X6	0,656	0.361	Valid
	X7	0,692	0.361	Valid
	X8	0,684	0.361	Valid
	X9	0,625	0.361	Valid
	X10	0,698	0.361	Valid
	X11	0,678	0.361	Valid
	X12	0,666	0.361	Valid
	X13	0,766	0.361	Valid
	Kepuasan Jemaah Umrah (Y)	X14	0,512	0.361
X15		0,679	0.361	Valid
X16		0,746	0.361	Valid
X17		0,653	0.361	Valid
X18		0,572	0.361	Valid
X19		0,558	0.361	Valid
X20		0,679	0.361	Valid
X21		0,650	0.361	Valid
X22		0,599	0.361	Valid
X23		0,730	0.361	Valid
X24		0,760	0.361	Valid
Y25		0,826	0.361	Valid
Y26		0,773	0.361	Valid
Y27		0,825	0.361	Valid
Y28		0,873	0.361	Valid
Y29		0,883	0.361	Valid
Y30		0,588	0.361	Valid

Sumber: Olahan Penulis, 2022

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji keandalan pengukuran sejauh mana ukuran menciptakan respons yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Uji Reliabilitas adalah satu ukuran dari variabilitas jawaban lewat pengulangan percobaan konseptual. Uji Reliabilitas menekankan pertanyaan apakah responden konsisten dan stabil dalam menjawab pertanyaannya. Dengan kata lain, satu instrumen ukuran disebut reliabel atau Andal jika pengukuran dilakukan berulang kali terhadap konsep menghasilkan nilai konstan atau tidak berubah (Silalahi, 2017).

Kemudian kuisioner yang didapatkan memiliki validitas, maka harus dilakukan uji reliabilitas kuesioner. Uji reliabilitas digunakan terhadap pernyataan yang sudah memiliki validitas, untuk mengetahui apakah alat pengumpulan pada data tersebut menunjukkan terhadap tingkat keakuratan, kestabilan, tingkat ketepatan, konsistensi, walaupun digunakan dalam waktu yang berbeda, atau dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang serupa.

Uji reliabilitas (uji keandalan) dalam penelitian ini menggunakan metode *alpha cronbach's*. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian realibilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *SPSS*.

TABEL 4
UJI RELIBILITAS

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,943	0,6	Reliabel
Kepuasan Jemaah Umrah (Y)	0,878	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 4 mengenai uji reliabilitas dari kedua variabel penelitian. Dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas ketiga variabel mempunyai reliabilitas yang baik karena memiliki koefisien reliabilitas yang lebih besar dari nilai kritis (0,7) seperti terlihat pada tabel di atas. Dengan demikian setiap pernyataan pada kuisioner tersebut dapat dianalisa lebih lanjut.

H. Jadwal Penelitian

TABEL 5
JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	2022								
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU	SEP	OKT
1	Pengajuan Usulan Penelitian									
2	Penyusunan Usulan Penelitian									
3	Seminar Usulan Penelitian									
4	Pengumpulan Data									
5	Penyusunan dan Pengolahan Data									
6	Sidang Proyek Akhir									

Tabel 6: Olahan Penulis, 2022