

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Objek Penelitian

- a. Profil Arminareka Perdana *Tour and travel* Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung.

Arminareka Perdana Tour and Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyelenggaraan umroh dan haji. Didirikan pada tanggal 9 Februari 1990 di Jakarta oleh bapak Drs. H. Gurril Mz dan Ibu Hj Corry Mundzakkar dengan bapak Sholichin GP sebagai penasehat. Sejak berdirinya Arminareka Perdana dalam memasarkan jasa penyelenggaraan perjalanan ibadah haji dan umroh menggunakan cara manual, hingga kurun waktu tahun 2008, perusahaan telah berhasil memberangkatkan sekitar 27.000 jemaah lebih, baik jemaah umroh maupun haji.

Arminareka Perdana resmi terdaftar kementerian agama RI dan AMPHURI. Dalam waktu lebih dari 20 tahun, perusahaan telah mendapatkan berbagai penghargaan dan prestasi diantaranya Sertifikasi Lembaga Bisnis Syariah dari DSN-MUI dan Perusahaan Terbesar No. 1 di Indonesia yang memberangkatkan jemaah terbanyak umroh dan haji sejak tahun 2009 s.d. 2015 sesuai data *Net Sales Umroh Garuda Indonesia Airlines*.

Sejak itu Arminareka Perdana mengalami perkembangan yang begitu pesat sehingga bisa membuka cabang perusahaan di wilayah lain, salah satunya di Tulungagung. Perusahaan cabang ini dipimpin oleh Bapak H. Imam Suyadi, didirikan pada tahun 2016. Latar belakang berdirinya adalah beliau sendiri merupakan tim pembimbing ibadah dari cabang yang ada di Surabaya, dari situlah beliau ingin mendirikan cabang perusahaan sendiri di tempat kelahirannya yaitu di Tulungagung.

b. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan Cabang Arminareka Perdana *Tour and Travel* di Jl. Raya Pinggirsari No. 99 Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

c. Produk dan Harga

Arminareka Perdana *Tour and Travel* menyediakan berbagai produk paket umroh dan haji dengan biaya yang sangat terjangkau, penerbangan langsung ke Jeddah tanpa transit dari kota Jakarta, Surabaya, Banjarmasin, Medan dan Makassar dengan maskapai pesawat terbaik di dunia diantaranya Garuda Indonesia, Emirates Airlines, Saudi Arabian Airlines, Lion Air, Turkish Airlines, Egypt Air, dan Flynes. Adapun produk dari Arminareka Perdana *Tour and Travel* adalah:

1. Paket Umroh Arofah 9 Hari (Reguler)

By: Hotel Bintang 5. Garuda Indonesia / Saudi Arabian Airlines | Soekarno-Hatta International Airport, Jakarta.

| Periode           | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|-------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                   | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Jan s.d. Feb 2017 | USD<br>2600+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2650+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2700+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

2. Paket Umroh Muzdalifah 9 Hari (Reguler)

By: Hotel Bintang 4. Lion Air | Soekarno-Hatta International Airport,  
Jakarta.

| Periode           | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|-------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                   | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Apr s.d. Mei 2017 | USD<br>2050+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2100+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2150+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

1. Paket Umroh Mina 9 Hari (Reguler)

By: Hotel Bintang 4. Garuda Indonesia | Soekarno-Hatta  
International Airport, Jakarta.

| Periode           | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|-------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                   | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Apr s.d. Mei 2017 | USD<br>2350+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2400+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2450+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

2. Paket Umroh Surabaya

By: Hotel Bintang 4. Garuda Indonesia | Juanda International  
International Airport, Surabaya.

| Periode               | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                       | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Mei 2017<br>(9 Hari)  | USD<br>2350+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2400+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2450+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |
| Mei 2017<br>(13 Hari) | USD<br>2650+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2700+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2750+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |
| Mei 2017<br>(14 Hari) | USD<br>2750+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2800+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2850+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

### 3. Paket Umroh Medan

By: Hotel Bintang 4. Saudi Arabian Airlines | Kualanamu  
International Airport, Medan.

| Periode                         | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                                 | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| 8 & 15<br>Mei 2017<br>(10 Hari) | USD<br>2300+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2350+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2400+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |
| 29 Mei<br>2017<br>(10 Hari)     | USD<br>2675+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2725+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2775+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

### 4. Paket Umroh Palembang 9 Hari

By: Hotel Bintang 4. Garuda Indonesia | Sultan Mahmud Badaruddin  
II International Airport, Palembang.

| Periode              | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|                      | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Mar s.d.<br>Apr 2017 | USD<br>2200+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2250+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2300+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

## 5. Paket Umroh Plus Turki

By: Hotel Bintang 5. Turkish Airlines | Sukarno-Hatta International Airport, Jakarta.

| Periode              | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Mar s.d.<br>Mei 2017 | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
|                      | USD<br>3200+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>3300+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>3400+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

## 6. Paket Umroh plus Dubai 10 Hari

By: Hotel Bintang 4. Emirates Airlines | Soekarno-Hatta International Airport, Jakarta.

| Periode | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|         | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
|         | USD<br>2650+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2700+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>2750+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

## 7. Paket Umroh Plus Aqso &amp; Petra 13 Hari

By: Hotel Bintang 5. Royal Jordanian Airlines | Sukarno-Hatta International Airport, Jakarta.

| Periode  | Harga Paket                         |                                     |                                     |
|----------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|          | 1 Kamar Ber-4                       | 1 Kamar Ber-3                       | 1 Kamar Ber-2                       |
| Mar 2017 | USD<br>2650+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>3700+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>3750+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |
| Apr 2017 | USD<br>3850+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>3950+Airport<br>Tax Rp 1,2jt | USD<br>4050+Airport<br>Tax Rp 1,2jt |

## 8. Paket Haji Plus

By: Garuda Indonesia Airlines | Sukarno-Hatta International Airport,  
Jakarta.

| Periode            | Harga Paket   |               |               |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|
|                    | 1 Kamar Ber-4 | 1 Kamar Ber-3 | 1 Kamar Ber-2 |
| Non Arbain 19 Hari | USD 9500      | USD 10000     | USD 10500     |
| Arbain 26 Hari     | USD 9500      | USD 10000     | USD 10500     |

### d. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Arminareka Perdana Tour and Travel adalah dengan menggunakan strategi periklanan di media televisi, Internet dan juga promosi dengan menggunakan brosur. Untuk lebih menarik minat konsumen Arminareka Perdana Tour and Travel juga membuat produk paket kusus di waktu tertentu, seperti paket umroh dibulan Ramadhan.

### e. Struktur Organisasi

Pemimpin : Kh. Imam Suyadi ST. Mt

Karyawan : Yunita

: Dewi

## 2. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Arminareka Perdana Tour and Travel Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 32 konsumen dengan teknik sampling jenuh. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

### 3. Deskripsi Responden

Sebelum dilakukan analisis , terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari konsumen Arminareka Perdan Tour and Travel Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung sebagai berikut:

#### a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Jenis Kelamin Responden**

| No | Jenis Kelamin | Banyaknya Responden | Prosentase (%) |
|----|---------------|---------------------|----------------|
| 1  | Laki-Laki     | 20                  | 62,5%          |
| 2  | Perempuan     | 12                  | 37,5%          |
|    | Total         | 32                  | 100%           |

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa responden berasal dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan yaitu sebanyak 32 responden. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 responden atau 62,5% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 12 responden atau 37,5%. Dalam penelitian ini responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.

#### a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2****Usia Responden**

| No | Usia Responden | Banyaknya Responden | Prosentase (%) |
|----|----------------|---------------------|----------------|
| 1  | 25-35 tahun    | 2                   | 6,25%          |
| 2  | 36-45 tahun    | 7                   | 21,88%         |
| 3  | 45-60 tahun    | 23                  | 71,87%         |
|    | Total          | 32                  | 100%           |

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tentang usia responden atau konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* di Tulungagung yang diambil sebagai sebagai populasi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 25-35 tahun sebanyak 2 orang atau 6,25%, usia responden 36-45 tahun sebanyak 7 orang atau 21,88%, dan usia responden 45-60 tahun sebanyak 23 orang atau 71,87%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* berusia 45-60 tahun.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai usia responden konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3****Pekerjaan Responden**

| Jenis pekerjaan   | Banyaknya responden | Prosentase (%) |
|-------------------|---------------------|----------------|
| Swasta/wiraswasta | 12                  | 37,5%          |
| PNS               | 16                  | 50%            |
| Petani/Peternak   | 4                   | 12,5%          |
| Total             | 32                  | 100%           |

Sumber: Data primer diolah

Dari jumlah responden sebesar 32 responden didapatkan hasil rata-rata pekerjaan konsumen Arminareka Perdana *Tour and Travel* di



tulungagung adalah swasta/wiraswata sebanyak 12 orang atau 37,5%. PNS sebanyak 16 orang atau 50%, dan Petani/peternak sebanyak 4 orang atau 12,5%.

#### 4. Hasil Penelitian Lapangan

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**

#### **Pengaruh Faktor Budaya**

Pernyataan no. 1: Saya membeli jasa di Arminareka perdana tour and travel karena pada iklan yang saya lihat menggambarkan bahwa produknya mewakili kalangan tertentu.

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 8         | 25%            | 40          |
| 2               | Setuju              | 4     | 18        | 56,25%         | 72          |
| 3               | Netral              | 3     | 6         | 18,75%         | 18          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 130         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 56,25% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 6 responden atau 18%. Artinya konsumen menyetujui bahwa pembelian jasa di Arminareka perdana *tour and travel* menggambarkan bahwa produknya mewakili kalangan tertentu.

Pernyataan no. 2: Iklan yang khas pada suatu daerah akan memudahkan saya untuk mengingat produk tersebut

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 8         | 25%            | 40          |
| 2               | Setuju              | 4     | 20        | 62,5%          | 80          |
| 3               | Netral              | 3     | 4         | 12,5%          | 12          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 132         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 20 responden atau 62,5% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 12,5%. Artinya konsumen menyetujui bahwa Iklan yang khas pada suatu daerah memudahkan untuk mengingat produk tersebut.

Pernyataan no. 3: Saya meminta pendapat anggota keluarga sebelum membeli jasa di Arminareka perdana *tour and travel*

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 4         | 12,5%          | 20          |
| 2               | Setuju              | 4     | 19        | 59,37%         | 76          |
| 3               | Netral              | 3     | 9         | 28,13%         | 27          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 123         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 19 responden atau 59,37% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 4 responden atau 12,5%. Artinya konsumen menyetujui bahwa mereka meminta pendapat anggota keluarga sebelum membeli jasa di Arminareka perdana *tour and travel*.

Pernyataan no. 4: Saya sangat mempertimbangkan pendapat anggota, komunitas, teman sejawat, dan rekan kerja dalam keseharian saya

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 4         | 12,5%          | 20          |
| 2  | Setuju              | 4     | 22        | 68,75%         | 88          |
| 3  | Netral              | 3     | 6         | 18,75%         | 18          |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 126         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 22 responden atau 68,75% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 4 responden atau 12,5%. Artinya konsumen menyetujui bahwa mereka sangat mempertimbangkan pendapat anggota, komunitas, teman sejawat, dan rekan kerja dalam keseharian.

Pernyataan no. 5: Saya membeli jasa di Arminareka perdana *tour and travel* karena rekomendasi dari teman atau keluarga

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 9         | 28,13%         | 45          |
| 2  | Setuju              | 4     | 18        | 56,25%         | 72          |
| 3  | Netral              | 3     | 5         | 15,62%         | 15          |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 132         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 56,25% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 5 responden atau 15,62%. Artinya

konsumen menyetujui bahwa mereka membeli produk pada Arminareka perdana *tour and travel* karena rekomendasi dari teman atau keluarga mereka.

Pernyataan no. 6: pembelian produk pada Arminareka Perdana *Tour and Travel* dapat menggambarkan status sosial saya

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 7         | 21,87%         | 35          |
| 2               | Setuju              | 4     | 23        | 71,88%         | 92          |
| 3               | Netral              | 3     | 2         | 6,25%          | 6           |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 133         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 23 responden atau 71,88% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden atau 21,87%. Artinya konsumen menyetujui bahwa membeli jasa pada Arminareka perdana *tour and travel* menggambarkan status sosial mereka.

**Tabel 4.5**

#### **Pengaruh Faktor Psikologis**

Pernyataan no. 7: Saya membeli produk jasa ini karena untuk memenuhi kebutuhan atau kewajiban saya sebagai seorang muslim

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 16        | 50%            | 80          |
| 2               | Setuju              | 4     | 14        | 43,75%         | 56          |
| 3               | Netral              | 3     | 2         | 6,25%          | 9           |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 145         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 3           |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden atau 50% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 2 responden atau 6,25%. Artinya konsumen menyetujui bahwa pembelian produk jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhannya sebagai seorang muslim.

Pernyataan no. 8: Pelayanan dan banyaknya jenis produk yang diberikan mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada Arminareka Perdana *Tour and Travel*

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 13        | 40,63%         | 65          |
| 2  | Setuju              | 4     | 16        | 50%            | 64          |
| 3  | Netral              | 3     | 3         | 9,37%          | 9           |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 138         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 16 responden atau 50% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 3 responden atau 9,37%. Artinya konsumen menyetujui bhwa pelayanan dan produk mempengaruhi mereka dalam pembelian jasa di Arminareka perdana *tour and travel*.

Pernyataan no. 9: Saya membeli produk jasa di Arminareka Perdana *Tour and Travel* berdasarkan pengetahuan yang saya miliki atas perusahaan tersebut

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 2         | 6,25%          | 10          |
| 2               | Setuju              | 4     | 28        | 87,5%          | 112         |
| 3               | Netral              | 3     | 2         | 6,25%          | 10          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 132         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 28 responden atau 87,5% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 2 responden atau 6,25%. Artinya Konsumen menyetujui mereka membeli jasa di Arminareka perdana *tour and travel* berdasarkan pengetahuan yang mereka ketahui mengenai perusahaan tersebut.

Pernyataan no. 10: Bagi saya Arminareka Perdana *Tour and Travel* merupakan perusahaan yang sudah dipercayai oleh banyak orang

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 4         | 12,5%          | 20          |
| 2               | Setuju              | 4     | 22        | 68,75%         | 88          |
| 3               | Netral              | 3     | 6         | 18,75%         | 18          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 126         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 22 responden atau 68,75% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 4 responden atau 12,5%. Artinya

konsumen menyetujui bahwa perusahaan Arminareka perdana *tour and travel* sudah menjadi perusahaan yang dipercaya banyak orang.

Pernyataan no. 11: Saya membeli produk di Arminareka Perdana *Tour and Travel* karena pengalaman sebelumnya

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | -         | -              | -           |
| 2               | Setuju              | 4     | 11        | 34,37%         | 44          |
| 3               | Netral              | 3     | 19        | 59,38%         | 57          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | 2         | 6,25%          | 4           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 105         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 3           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 19 responden atau 59,38% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 6,25%. Artinya mayoritas konsumen tidak menyetujui bahwa mereka membeli produk tersebut berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya.

Pernyataan no. 12: Saya yakin dengan saya membeli produk di Arminareka Perdana *Tour and Tarvel* saya bisa menjadi haji yang mabrur

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 6         | 18,75%         | 30          |
| 2               | Setuju              | 4     | 20        | 62,5%          | 80          |
| 3               | Netral              | 3     | 6         | 18,75%         | 18          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 128         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 20 responden atau 62,5% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 6 responden atau 18,75%. Artinya konsumen menyetujui bahwa dengan mereka membeli jasa di Arminareka perdana *tour and travel* konsumen akan menjadi haji yang mabrur.

**Tabel 4.6**

**Keputusan pembelian**

Pernyataan no. 13: Saya sudah merencanakan untuk membeli produk Arminareka perdana *Tour and Travel* sejak beberapa waktu sebelumnya

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 10        | 31,25%         | 50          |
| 2  | Setuju              | 4     | 21        | 65,62%         | 84          |
| 3  | Netral              | 3     | 1         | 3,13%          | 3           |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 137         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 21 responden atau 65,62% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 1 responden atau 3,13%. Artinya konsumen menyetujui bahwa sebelum melakukan pembelian produk mereka sudah merencanakan sebelumnya.

Pernyataan no. 14: Saya membutuhkan produk jasa *Tour and Travel* yang berkualitas



| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 1         | 3,13%          | 5           |
| 2               | Setuju              | 4     | 16        | 50%            | 64          |
| 3               | Netral              | 3     | 14        | 43,75%         | 42          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | 1         | 3,13%          | 2           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 113         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 16 responden atau 50% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 3,13%. Artinya konsumen menyetujui bahwa mereka membutuhkan suatu produk jasa yang berkualitas dari perusahaan Arminareka perdana *Tour and Travel*.

Pernyataan no. 15: Saya mencari informasi langsung dari web Arminareka Perdana *Tour and Travel* untuk membeli produk yang ditawarkan

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 5         | 15,62%         | 25          |
| 2               | Setuju              | 4     | 17        | 53,12%         | 68          |
| 3               | Netral              | 3     | 8         | 25%            | 24          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | 2         | 6,25%          | 4           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 121         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 17 responden atau 53,24% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 6,25%. Artinya mayoritas konsumen menyetujui bahwa sebelum melakukan pembelian produk

jasa mereka melihat informasi terlebih dahulu pada website resmi Arminareka perdana *Tour and Travel*

Pernyataan no. 16: Saya mencari informasi mengenai produk Arminareka Perdana *Tour and Travel* dari orang-orang disekitar saya

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 12        | 37,5%          | 60          |
| 2               | Setuju              | 4     | 18        | 56,25%         | 72          |
| 3               | Netral              | 3     | 2         | 6,25%          | 6           |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 138         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 56,25% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 2 responden atau 6,25%. Artinya konsumen menyetujui bahwa mereka mencari informasi mengenai Arminareka perdana *Tour and Travel* dari orang-orang sekitar.

Pernyataan no. 17: Promosi yang ditampilkan oleh Arminareka Perdana *Tour and Travel* cukup mengkomunikasikan dalam hal kelebihan dibandingkan produk lain

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 13        | 40,62%         | 65          |
| 2               | Setuju              | 4     | 18        | 56,25%         | 72          |
| 3               | Netral              | 3     | 1         | 3,12%          | 3           |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 140         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 56,25% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 1 responden atau 3,12%. Artinya konsumen menyetujui bahwa Promosi yang ditampilkan oleh Arminareka Perdana *Tour and Travel* cukup mengkomunikasikan dalam hal kelebihan dibandingkan produk lain.

Pernyataan no. 18: Iklan Arminareka Perdana *Tour and Travel* di media televisi membuat saya yakin akan kelebihan produk tersebut

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 3         | 9,77%          | 15          |
| 2               | Setuju              | 4     | 19        | 59,37%         | 76          |
| 3               | Netral              | 3     | 9         | 28,12%         | 27          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | 1         | 3,12%          | 2           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 120         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 19 responden atau 59,37% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 3,12%. Artinya mayoritas konsumen menyetujui bahwa Iklan Arminareka Perdana *Tour and Travel* di media televisi membuat konsumen yakin akan kelebihan produk tersebut

Pernyataan no. 19: Saya mempercayai produk jasa *tour and travel* yang saya pilih dan berkomitmen akan menggunakannya lagi jika saya membutuhkannya

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 3         | 9,37%          | 15          |
| 2               | Setuju              | 4     | 17        | 53,12%         | 68          |
| 3               | Netral              | 3     | 12        | 37,5%          | 36          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 119         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 17 responden atau 53,12% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 3 responden atau 9,37%. Artinya konsumen menyetujui bahwa mempercayai produk jasa *tour and travel* yang mereka pilih dan berkomitmen akan menggunakannya lagi jika saya membutuhkannya.

Pernyataan no. 20: Saya memutuskan membeli produk jasa Arminareka Perdana *Tour and Travel*

| No              | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|-----------------|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju       | 5     | 9         | 28,12%         | 45          |
| 2               | Setuju              | 4     | 18        | 56,25%         | 72          |
| 3               | Netral              | 3     | 5         | 15,62%         | 15          |
| 4               | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              | -           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
| Total           |                     |       | 32        | 100%           | 132         |
| Rata-rata Score |                     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 56,25% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 5 responden atau 15,62%. Artinya konsumen menyetujui telah memutuskan membeli produk jasa Arminareka Perdana *Tour and Travel*

Pernyataan no. 21: Saya merasa terpuaskan dengan membeli produk jasa di Arminareka Perdana *Tour and Travel*

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 6         | 18,75%         | 30          |
| 2  | Setuju              | 4     | 25        | 78,12%         | 100         |
| 3  | Netral              | 3     | 1         | 3,12%          | 3           |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              |             |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 133         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 78,12% sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 1 responden atau 3,12%. Artinya konsumen menyetujui bahwa merasa terpuaskan dengan membeli produk jasa di Arminareka Perdana *Tour and Travel*

Pernyataan no. 22: Saya akan mencari jasa tour and travel lain di lain waktu jika pelayanan di Arminareka Perdana *Tour and Travel* tidak memuaskan

| No | Choice              | Score | Frekuensi | Presentase (%) | Total Score |
|----|---------------------|-------|-----------|----------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5     | 7         | 21,87%         | 35          |
| 2  | Setuju              | 4     | 16        | 50%            | 64          |
| 3  | Netral              | 3     | 9         | 28,12%         | 27          |
| 4  | Tidak Setuju        | 2     | -         | -              |             |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1     | -         | -              | -           |
|    | Total               |       | 32        | 100%           | 126         |
|    | Rata-rata Score     |       |           |                | 4           |

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 32 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 16 responden atau 50% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden atau 21,87%. Artinya

konsumen menyetujui bahwa akan mencari jasa tour and travel lain di lain waktu jika pelayanan di Arminareka Perdana *Tour and Travel* tidak memuaskan

## A. Pengujian Hipotesisi

### 1. Uji Validitas

Dalam uji validitas dilakukan pengujian validitas setiap item soal dan dilakukan uji validitas seluruh variabel. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df (degree of freedom)* dengan rumus  $df = n - k$ , dimana  $n$  = jumlah sampel,  $k$  = jumlah variabel independen, jadi  $df$  yang digunakan adalah  $32 - 2 = 30$  dengan  $\alpha$  sebesar 5%, maka menghasilkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,296. Jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif, maka butir pernyataannya dinyatakan valid.<sup>79</sup>

**Tabel 4.7**

#### Hasil Uji Validitas X<sub>1</sub>

| No Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---------|--------------|-------------|------------|
| X1.1.1  | 0,496        | 0,296       | Valid      |
| X1.1.2  | 0,296        | 0,296       | Valid      |
| X1.2.1  | 0,506        | 0,296       | Valid      |
| X1.2.2  | 0,445        | 0,296       | Valid      |
| X1.3.1  | 0,528        | 0,296       | Valid      |
| X1.3.2  | 0,314        | 0,296       | Valid      |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.7 uji validitas diatas, diketahui bahwa item X1.1.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,496 > 0,296$ ) maka indikator

<sup>79</sup> Ridwan, Sunarto, *Pengantar Statistika*,.... hal 353.

dinyatakan valid, item X1.1.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,296 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X1.2.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,506 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X1.2.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,445 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X1.3.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,528 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X1.3.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,314 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas X<sub>2</sub>**

| No Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---------|--------------|-------------|------------|
| X2.1.1  | 0,400        | 0,296       | Valid      |
| X2.1.2  | 0,329        | 0,296       | Valid      |
| X2.2.1  | 0,395        | 0,296       | Valid      |
| X2.2.2  | 0,328        | 0,296       | Valid      |
| X2.3.1  | 0,463        | 0,296       | Valid      |
| X2.3.2  | 0,643        | 0,296       | Valid      |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.8 uji validitas diatas, diketahui bahwa item X2.1.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,400 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X2.1.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,329 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X2.2.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,395 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X2.2.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,328 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X2.3.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,463 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item X2.3.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,643 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid.

**Tabel 4.9****Hasil Uji Validitas Y**

| No Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---------|--------------|-------------|------------|
| Y1.1    | 0,490        | 0,296       | Valid      |
| Y1.2    | 0,562        | 0,296       | Valid      |
| Y2.1    | 0,431        | 0,296       | Valid      |
| Y2.2    | 0,318        | 0,296       | Valid      |
| Y3.1    | 0,368        | 0,296       | Valid      |
| Y3.2    | 0,326        | 0,296       | Valid      |
| Y4.1    | 0,422        | 0,296       | Valid      |
| Y4.2    | 0,319        | 0,296       | Valid      |
| Y5.1    | 0,402        | 0,296       | Valid      |
| Y5.2    | 0,365        | 0,296       | Valid      |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.9 uji validitas diatas, diketahui bahwa item Y1.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,490 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y1.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,562 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y2.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,431 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y2.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,318 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y3.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,368 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y3.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,326 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y4.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,422 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y4.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,319 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y5.1 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,402 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid, item Y5.2 dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,365 > 0,296$ ) maka indikator dinyatakan valid.



Dalam penelitian ini, berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas secara statistic serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena kerandalan instrumen berkaitan keejakan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrument penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,60 seperti yang dikemukakan oleh nugroho dan suyuti. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah in

**Tabel 4.10**

### Hasil Uji Reliabilitas X<sub>1</sub>

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .700                   | 6          |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

**Tabel 4.11**

### Hasil Uji Reliabilitas X<sub>2</sub>

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .684                   | 6          |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Y**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .733                   | 10         |

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan *Reliability Statistics* diatas, nilai Cronbach's Alpha X1 sebesar 0,700, X2 sebesar 0,682, dan Y sebesar 0,733, ini berarti konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi faktor kesempatan untuk maju (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y) adalah reliable. Karena angka pada *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,60 dan termasuk dalam kelas nomor empat yaitu yang memiliki nilai *Alpha Cronbach's* antara 0,60 sampai dengan 0,80 yang berarti reliabele, seperti yang dikemukakan oleh triton.<sup>80</sup>

Sehingga berdasarakan hasil uji reliabilitas diatas, responden menunjukkan kestabilan dan memiliki konsistensi yang tinggi dalam menjawab konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel Budaya (X<sub>1</sub>) Psikologis (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Pembelian (Y) yang disusun dalam bentuk kuisisioner.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak

---

<sup>80</sup> *Ibid*,....

maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*.<sup>81</sup> Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS. Berikut hasil penelitiannya:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                           |                | Budaya | Psikologis | Keputusan pembelian |
|---------------------------|----------------|--------|------------|---------------------|
| N                         |                | 32     | 32         | 32                  |
| Normal                    | Mean           | 24.25  | 22.91      | 39.94               |
| Parameters <sup>a,b</sup> | Std. Deviation | 2.314  | 2.131      | 3.445               |
| Most Extreme              | Absolute       | .150   | .165       | .100                |
| Differences               | Positive       | .112   | .148       | .080                |
|                           | Negative       | -.150  | -.165      | -.100               |
| Kolmogorov-Smirnov Z      |                | .850   | .933       | .567                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)    |                | .465   | .349       | .904                |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Dari tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

1. Nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, distribusi data adalah tidak normal.
2. Nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, distribusi data adalah normal.

<sup>81</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*,... hal 80.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi Budaya sebesar 0,465 lebih besar dari 0,05, nilai signifikansi Psikologis sebesar 0,349 lebih besar dari 0,05, dan dilai signifikansi keputusan pembelian sebesar 0,904 lebih besar dari 0,05.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu budaya, psikologis, dan keputusan pembelian berdistribusi normal dan dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada diluar model.<sup>82</sup> Untuk mendeteksi uji multikolinieritas dinyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) , yaitu:

1. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

Analisis pada uji multikolinieritas penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>82</sup> *Ibid*, hal 88.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                         |       |
|---------------------------|-------------------------|-------|
| Model                     | Collinearity Statistics |       |
|                           | Tolerance               | VIF   |
| 1(Constant)               |                         |       |
| Budaya                    | .981                    | 1.020 |
| Psikologis                | .981                    | 1.020 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian  
Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Dari hasil uji Multikolinieritas pada tabel 4.14 di atas dapat diketahui:

1. Nilai *tolerance* variabel budaya ( $X_1$ ) yaitu 0,981 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel budaya ( $X_1$ ) yaitu 1,020 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
  2. Nilai *tolerance* variabel psikologis ( $X_2$ ) yaitu 0,981 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel psikologis ( $X_2$ ) yaitu 1,020 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.
- Jadi dari hasil masing-masing variabel menunjukkan bahwa semuanya tidak terjadi multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

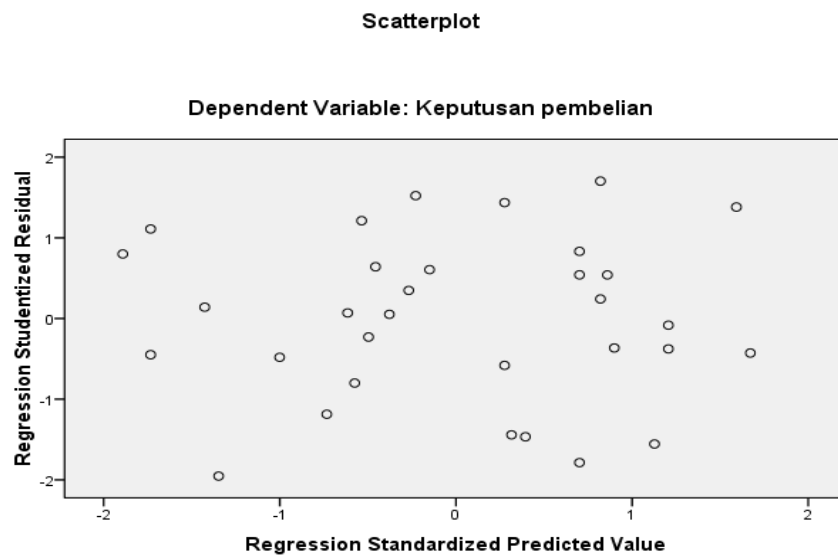
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut.<sup>83</sup> Dasar analisisnya sebagai berikut:

<sup>83</sup> *Ibid*, hal 79.

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

#### **4. Uji Analisis Regresi Berganda**

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (budaya dan psikologis) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized | T     | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
|            |                             |            | Coefficients |       |      |
|            | B                           | Std. Error | Beta         |       |      |
| (Constant) | 37.237                      | 10.333     |              | 3.604 | .001 |
| Budaya     | .122                        | .278       | .082         | 2.439 | .026 |
| Psikologis | .011                        | .302       | .007         | 2.037 | .030 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda dari tabel 4.15 diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 37,237 + 0,122 X_1 + (-0,011 X_2)$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 37,237 menunjukkan bahwa jika nilai variabel budaya dan psikologis dalam keadaan konstan (tetap) maka keputusan pembelian di Arminareka Perdana Tour and Travel meningkat sebesar 37,237 satu satuan.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (budaya) sebesar 0,122 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,122 satuan.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (psikologis) sebesar 0,011 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,011 satuan.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara terpisah atau parsial. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas (independen) dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Pengujian secara parsial untuk masing-masing variabel diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | 37.237                      | 10.333     |                           | 3.604 | .001 |
| Budaya       | .122                        | .278       | .082                      | 2.439 | .026 |
| Psikologis   | .011                        | .302       | .007                      | 2.037 | .030 |

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Hasil *outout* data dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa hasil perhitungan dari uji T sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Budaya ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi secara parsial dari tabel *Coefficient* diatas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,693 diperoleh dengan mencari nilai  $df = n - k = 32 - 2 = 30$ , dan nilai  $\alpha = 5\% = 0.05$  dan  $t_{hitung} = 2,439 >$



1,693 dan nilai signifikansi  $0,026 < 0,05$ , dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut hasil statistik.

## 2. Pengaruh Psikologis ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi secara parsial dari tabel *Coefficient* diatas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,693 diperoleh dengan mencari nilai  $df = n - k = 32 - 2 = 30$ , dan nilai  $\alpha = 5\% = 0.05$  dan  $t_{hitung} = 2,037 > 1,693$  dan nilai signifikansi  $0,030 < 0,05$ , dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut hasil statistik.

### b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>b</sup> |                |    |             |       |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1 Regression       | 2.549          | 2  | 1.275       | 5.101 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual           | 365.326        | 29 | 12.597      |       |                   |
| Total              | 367.875        | 31 |             |       |                   |

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Budaya

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Hasil *output* data dari tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  5,101 lebih besar dari  $f_{tabel}$  4,17 (cara mencari  $f_{tabel}$  adalah  $df (n1) = k - 1$  jadi  $2 - 1$

= 1 dan  $df (n_2) = n - k$  jadi  $32 - 1 = 31$ ), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa faktor budaya dan psikologis secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.<sup>84</sup>

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .083 <sup>a</sup> | .007     | .162              | 3.549                      |

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Budaya

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Primer, diolah oleh SPSS.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa *Adjusted R square* adalah 0,162 artinya 16,2% variabel terikat keputusan pembelian (Y) dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari budaya dan psikologis. Dan sisanya sebesar 83,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi, sebagian kecil variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.

<sup>84</sup> Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.