

## **BAB III**

### **OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di biro travel haji dan umrah PT. Zahara Mutiara Bakkah Depok. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan implementasi marketing mix syariah yang digunakan Travel Zahara Tour and Travel.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti berencana untuk menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Dian Komalasari, analisis deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan hasil data dan pengamatan yang diperoleh. Nantinya hasil dari gambaran umum ini dapat membantu penulis dalam menjadi acuan data seperti apa yang ingin diperoleh yang dapat mendukung penelitian (Sari, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai Implementasi Marketing Mix Syariah pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus pada PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok), statistic yang dipakai untuk penelitian ini yaitu statistic deskriptif yakni menyediakan ringkasan sederhana serta menggambarkan apa yang ada melalui grafik, tabel, gambar dan lainnya (Suryani, 2015)

#### **3.3 Desain Penelitian**

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu set kondisi suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan-hubungan secara fenomena yang diselidiki (Nazir, 2011). Desain penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang akan menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi. Tujuan utama penelitian deskriptif adalah berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu situasi (Mudrajad, 2011). Dalam penelitian ini menggambarkan mengenai implementasi marketing mix syariah PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok.

### 3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Suwarno, variabel adalah karakteristik yang dapat diamati dari suatu (objek) dan mampu memberikan bermacam – macam nilai atau beberapa kategori (Ridwan, 2013). Adapun operasional variabel pada penelitian ini yaitu :

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>	<b>Skala</b>
<i>Marketing Mix Syariah</i> adalah <i>Marketing mix</i> yang elemen-elemennya adalah <i>product, price, people</i> dan <i>promotion</i> (4P). <i>Product</i> dan <i>price</i> adalah komponen dari tawaran ( <i>offers</i> ), bagi perusahaan syariah komponen tawaran ( <i>offers</i> ) ini harus didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah	1. Produk	Tingkat keberagaman produk paket umrah yang ditawarkan Zahara Tour  Produk jasa yang diberikan oleh Zahara Tour terjamin kehalalannya	(Adiwarm an, 2004)	Interval
	2. Harga	Harga yang ditetapkan sesuai dengan pelayanan jasa umrah Zahara Tour  Harga yang ditetapkan lebih murah dari jasa perjalanan umrah lainnya	(Ita, 2014)	Interval
	3. Promosi	Tingkat daya tarik iklan yang di promosikan oleh Zahara Tour  Semua pesan dalam periklanan pada jasa umrah Zahara Tour sesuai dengan kenyataan (terbukti)	(Bahri, 2013)	Interval

sedangkan *people*  
dan *promotion*

adalah komponen  
dari akses

(*access*) (Nurul  
huda, 2017).

Dalam jasa  
tedapat tambahan  
eleme-elemen

yaitu, *People*  
(orang), *Physical*  
*evidence* (bukti

fisik), *Process*  
(proses) (Kasmir,  
2010).

Selanjutnya janji  
dan sabar adalah  
elemen Islam dari  
bauran

pemasaran. Unsur  
hubungan yang

tidak terpisahkan  
dalam pendekatan  
pemasaran adalah  
"konsep janji"

yang sangat kuat  
ditekankan oleh  
Henrik Calonijs

(Abuznaid, 2012)

		Tingkat kemudahan transaksi		
4. Proses	Proses pelayanan yang diberikan oleh Zahara Tour berjalan secara efektif dan efisien	(Hurriyati, 2005)	Interval	
5. Orang	Tingkat kerapihan pegawai Zahara Tour Tingkat keramahan pegawai Zahara Tour	(Syukur, 2017)	Interval	
6. Tempat	Lokasi kantor Zahara Tour mudah ditemukan Akses menuju lokasi kantor Zahara Tour mudah dijangkau	(Lupiyoadi R, 2013)	Interval	
7. Janji	Hotel sesuai dengan yang ditawarkan travel Pelaksanaan kegiatan umrah sesuai jadwal	(Abuznaid, 2012)	Interval	
8. Bukti Fisik	Kelengkapan haji/umrah para jamaah Parkir kantor yang luas dan mudah di akses	(Lupiyoadi, 2006)	Interval	

---

9. Sabar	Mempunyai kemampuan komunikasi yang baik  Mampu mengatasi masalah dengan bijak	(Abuznaid, 2012) Interval
----------	--	---------------------------

---

Sumber: Diolah oleh penulis

### 3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat peneliti (Ferdinand, 2014, hal. 171). Populasi dalam penelitian ini merupakan jamaah travel umrah Zahara Tour Depok yang berjumlah kurang lebih 500 jamaah.

Berdasarkan uraian diatas peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik pengumpulan sampel dengan cara *Proporsioanal Random Sampling*. Teknik pengambilan sampel dimana semua anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, sesuai dengan proporsinya, banyak sedikit populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dapat digunakan Rumus Slovin Umar (Achmad, 2013) yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian / batas ketelitian yang diinginkan, misalnya 5% . Batas kesalahan yang ditolelir ini untuk setiappopulasi tidak sama, ada yang 5% atau 10%.

Sehingga dengan demikian untuk perhitngan sampel dengan menggunakan batas ketelitian 10% sebagai berikut :

$$n = \frac{500}{500 \cdot (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{500}{500 \cdot (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{500}{5 + 1}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 83.3333$$

Jadi, untuk batas minimum pengambilan sampel penelitian ini sebanyak 83, 333 yang dibulatkan menjadi 83 jamaah dari jumlah keseluruhan jamaah yang kurang lebih berjumlah 500 jamaah pada tahun 2017 di travel Zahara Tour Depok.

### 3.3.3. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang akan disebarakan pada jamaah umrah travel Zahara Tour Depok. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan yang akan diukur dengan skala interval untuk mengukur sejauh mana implementasi marketing mix syariah pada travel Zahara Tour Depok. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan Studi kepustakaan, yaitu cara pengumpulan materi yang digunakan pada penelitian ini yang berasal dari literatur-literatur, seperti buku pustaka, jurnal dan literatur lainnya
2. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. disamping itu, responden mengetahui informasi tertentu yang diminta.

Instrumen penelitian yang digunakan harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*. Oleh karenanya instrumen penelitian harus diuji coba terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut merupakan penjabaran teknik uji validitas

Salim Abdullah, 2019

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dan uji reliabilitas instrumen penelitian:

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu derajat ketepatan/kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (Arifin, 2012). Menurut Sukardi validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur (Sukardi, 2009). Sedangkan menurut Saifuddin Azwar bahwa validitas mengacu sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya (Azwar, 2014).

Dari ketiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa validitas adalah Derajat ketepatan/kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur serta sejauh mana instrumen tersebut menjalankan fungsi pengukurannya. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alpha tertentu maka dapat dikatakan bahwa alat ukur valid, begitu pula sebaliknya. Uji validitas instrument data menggunakan *Person Product Moment*, keputusan uji jika r hitung > r tabel maka variabel vaalid dan jika r hitung < r tabel maka variabel tidak valid (Hastono, 2007):

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Korelasi Product Moment

N : Jumlah Populasi

$\Sigma X$  : Jumlah skor butir (x)

$\Sigma Y$  : Jumlah skor variabel (y)

$\Sigma X^2$  : Jumlah skor butir kuadrat (x)

$\Sigma Y^2$  : Jumlah skor butir variabel (y)

$\Sigma xy$  : Jumlah perkalian butir (x) dan skor variabel (y)

### 2. Uji Reliabilitas

Selain harus valid, instrument juga harus reliabel (sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat diandalkan). Instrument dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut memperoleh hasil-

hasil yang konsisten. Dengan demikian instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dan kondisi yang berbeda. Jadi reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu pengukuran dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005).

Maka digunakan rumus *Alpha Croanbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

$r_{11}$  : Reabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ : Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  : Varian total

Rumus variannya adalah:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 - (\sum X)^2 / N}{N}$$

Keterangan:

$\sigma_t^2$  : Harga varians total

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor total

$(\sum X)^2$  : Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

$N$  : Jumlah responden

Dengan melakukan uji reliabilitas instrumen, maka akan diketahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya. Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan nilai hitung  $r$  dan nilai tabel  $r$ , kriterianya yaitu:

- 1) Jika nilai rhitung > nilai rtabel, maka instrumen dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai rhitung < nilai rtabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3. 2**  
**Hasil Uji Validitas**

No.	Dimensi	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1		0,655	0,361	Valid
2	Produk	0,668		Valid
3		0,510		Valid
4	Harga	0,459	0,361	Valid
5		0,366		Valid
6		0,712		Valid
7	Promosi	0,585		Valid
8		0,556	0,361	Valid
9		0,728		Valid
10		0,475		Valid
11	Proses	0,667		Valid
12		0,474	0,361	Valid
13		0,601		Valid
14		0,619		Valid
15	Orang	0,532		Valid
16		0,458	0,361	Valid
17		0,708		Valid
18		0,581		Valid
19	Akses	0,570		Valid
20		0,706	0,361	Valid
21		0,653		Valid
22		0,707		Valid
23	Janji	0,717	0,361	Valid
24		0,651		Valid
25		0,685		Valid

26	Bukti Fisik	0,619	0,361	Valid
27		0,612		Valid
28		0,690		Valid
29		0,743		Valid
30	Sabar	0,645	0,361	Valid
31		0,576		Valid
32		0,606		Valid

### 3.3.4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah untuk mencari pola. Sugiyono mengemukakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiono, 2011).

Teknik analisa data yang digunakan adalah Statistika Deskriptif. Secara umum statistika deskriptif adalah menyajikan data dalam bentuk tabel dan grafi kemudian meringkas dan menjelaskan distribusi data dalam bentuk tendensi sentral, variasi dan bentuk (Santoso, 2000). Alat analisis yang digunakan yaitu Microsoft excel dan SPSS.

#### A. Rata-rata atau Mean

Rata-rata adalah suatu himpunan data kuantitatif yang menjumlahkan seluruh data dibagi dengan banyaknya data yang ada (Kuncoro M. , 2011)

$$\text{Formulasi : } \textit{rata - rata} = \frac{\text{Jumlah banyak data}}{\text{Banyak data}}$$

#### B. Modus

Modus merupakan nilai yang paling sering muncul, atau yang frekuensinya paling tinggi. Dengan kata lain, modus menunjukkan dimana data cenderung terkonsentrasi (Kuncoro M. , 2011)

$$\text{Formulasi : } Mo = b + p \left( \frac{b_1}{b_1 + b_2} \right)$$

Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan hasil penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata hasil perhitungan skor angket yang diperoleh dari responden. Data yang diperoleh kemudian diolah, maka diperoleh rincian skor dan kedudukan hasil penelitian pada rentang kriteria interpretasi yang telah disesuaikan. Kriteria interpretasi yang digunakan adalah kriteria empat kotak (*Four box Method*) yang di mulai dari angka 1 hingga 7, maka rentang sebesar 6 di bagi menjadi empat akan menghasilkan rentang sebesar 1,5 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai rata-rata implementasi marketing mix syariah.

**Tabel 3. 3 Skala Penafsiran Skor Rata-Rata**

No	Rentang	Penafsiran
1.	1 - 2,5	Kurang Baik
2.	2,6 - 4	Cukup Baik
3.	4,1 - 5,5	Baik
4.	5,6 - 7	Sangat Baik

*Sumber : Ferdinand (2014)*