

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Tinjauan Umum Organisasi

3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan



Gambar III. 1

Logo Ventour Travel

Sumber: (Ventour Travel)

Ventour Travel merupakan perusahaan resmi yang beroperasi di bawah PT Ventura Semesta Wisata, yang bergerak di bidang penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh, haji khusus, dan wisata muslim. Ventour Travel berdiri sejak tahun 2017 di Kota Depok, Ventour Travel hadir dengan tujuan memberikan layanan yang profesional dan dapat dipercaya, serta menciptakan pengalaman spiritual yang bermakna bagi setiap jamaah. Didirikan oleh tim yang berpengalaman dalam manajemen, keagamaan, dan perjalanan, Ventour menekankan nilai amanah, integritas, dan pelayanan menyeluruh, mulai dari persiapan keberangkatan hingga pendampingan pasca ibadah. Sejak awal, Ventour dipimpin oleh Annisa Zulfida

Umasugi sebagai Direktur Utama, yang didukung tim manajemen profesional untuk memastikan operasional berjalan lancar dan terorganisir.

Keberangkatan jamaah perdana Ventour Travel pada November 2017 menjadi momen penting yang membuktikan kesiapan perusahaan dalam memberikan layanan yang ramah, tepat waktu, dan sesuai dengan syariat. Respons positif dari jamaah dan masyarakat semakin memperkuat reputasi Ventour sebagai biro perjalanan yang bisa diandalkan, karena tidak hanya mendampingi secara administratif, tetapi juga secara emosional dan spiritual. Pada 2021, Ventour Travel resmi mendapatkan izin PPIU dari Kementerian Agama, yang menjamin bahwa seluruh layanan dan proses perjalanan telah memenuhi standar dan regulasi resmi.

Pelayanan Ventour didasarkan pada nilai-nilai Islami dengan pendekatan personal dan fokus pada kenyamanan jamaah. Setiap tahap, mulai dari pendaftaran yang transparan, bimbingan manasik, hingga pendampingan selama ibadah oleh tim berpengalaman, dilakukan dengan sistematis untuk memastikan pengalaman ibadah yang maksimal. Berkantor pusat di Jalan K.H.M. Yusuf Raya No. 18 A-B, Kelurahan Mekar Jaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok. Ventour kini melayani jamaah dari berbagai daerah di Indonesia melalui jaringan mitra dan perwakilan. Kepercayaan yang terus tumbuh terlihat dari banyak jamaah yang kembali menggunakan jasa Ventour dan merekomendasikannya kepada orang lain. Ventour juga terus berinovasi dengan memperbaiki kualitas layanan, sumber daya manusia, dan teknologi untuk tetap relevan dan unggul di tengah persaingan industri perjalanan ibadah.

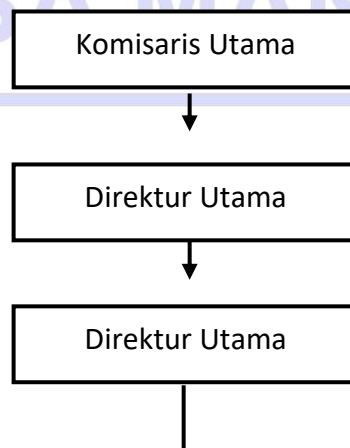
Visi

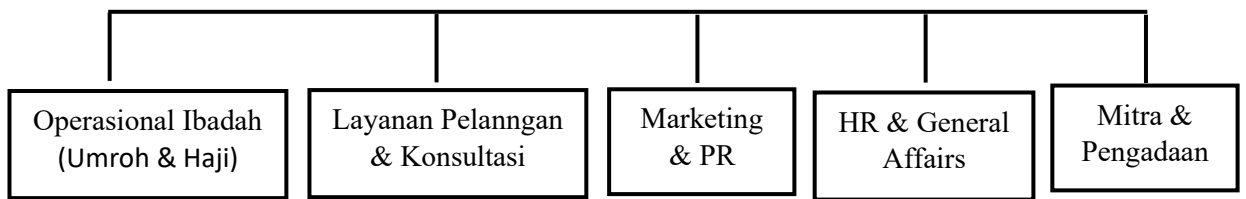
“Menjadi penyelenggara perjalanan ibadah dan wisata muslim terpercaya di Indonesia yang menghadirkan pengalaman spiritual yang berkualitas, amanah, dan penuh makna”.

Misi

1. **Memberikan pelayanan prima** dalam setiap aspek perjalanan ibadah dan wisata halal, mulai dari registrasi hingga pasca-keberangkatan.
2. **Menjaga amanah dan integritas** dalam setiap interaksi dengan jamaah dan mitra kerja.
3. **Menerapkan standar operasional tinggi** untuk memastikan keamanan, kenyamanan, dan kepuasan jamaah.
4. **Mengedepankan inovasi program** dan peningkatan kualitas fasilitas serta layanan agar perjalanan menjadi pengalaman yang tak terlupakan.
5. **Membina hubungan jangka panjang** dengan jamaah melalui layanan purna jual dan komunitas jamaah.

3.1.2 Struktur dan Tata Kerja Organisasi





Gambar III. 2

Struktur Organisasi Ventour Travel Depok

Sumber: Data yang diolah penulis, (2025)

Struktur organisasi Ventour Travel Depok dirancang untuk memastikan setiap bagian perusahaan memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam mendukung kelancaran operasional. Setiap posisi dan departemen memiliki fungsi spesifik yang saling terhubung, mulai dari pengawasan strategis, pengelolaan operasional, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan mitra kerja. Adapun uraian tugas masing-masing posisi adalah sebagai berikut:

a. Komisaris Utama

Mengawasi arah strategis dan operasional perusahaan, memberi arahan, serta memastikan kebijakan sesuai visi jangka panjang dan aturan yang berlaku.

b. Direktur Utama

Memimpin seluruh kegiatan bisnis, merumuskan strategi pertumbuhan, menjalin kerja sama strategis, dan mengambil keputusan utama perusahaan.

c. General Manager

Mengkoordinasikan program operasional, memastikan standar layanan, efisiensi, dan pencapaian target, serta menjembatani manajemen dan tim pelaksana.

d. Departemen Operasional Ibadah (Umroh & Haji)

Mengelola teknis perjalanan ibadah, mulai dari manasik, penugasan pembimbing, hingga layanan jamaah, agar perjalanan lancar dan sesuai syariat.

e. Layanan Pelanggan & Konsultasi

Melayani konsultasi, pemesanan, dan administrasi perjalanan, serta memastikan pelayanan cepat, informatif, dan ramah demi kepuasan pelanggan.

f. Pemasaran & Komunikasi (*Marketing & PR*)

Menyusun strategi promosi, *branding*, mengelola media sosial, dan mengadakan *event* untuk membangun citra positif dan menarik jamaah.

g. HR & *General Affairs*

Mengurus rekrutmen, pelatihan, administrasi kantor, dan memastikan lingkungan kerja kondusif untuk mendukung kinerja karyawan.

h. Mitra & Pengadaan

Menjalin kerja sama dengan maskapai, hotel, dan penyedia layanan, serta mengatur pengadaan dan memastikan kualitas mitra sesuai standar.

3.1.3 Kegiatan Usaha/Organisasi Ventour Travel Depok

Sebagai biro perjalanan resmi, Ventour Travel mengutamakan pelayanan yang amanah, nyaman, profesional, dan sesuai syariat Islam, serta berkomitmen memberikan pengalaman terbaik bagi jamaah sejak tahap pendaftaran hingga kepulangan. Adapun kegiatan usaha di Ventour Travel Depok, yaitu:

1. Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh dan Haji

- a. Menyusun berbagai pilihan **paket umroh dan haji** yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan jamaah.

- b. Mengatur seluruh tahapan perjalanan, mulai dari **pendaftaran, manasik, pengurusan dokumen, tiket, transportasi, akomodasi, konsumsi, hingga pendampingan penuh di tanah Suci.**
 - c. Menyediakan pembimbing ibadah yang berpengalaman untuk memastikan jamaah memahami tata cara pada saat pelaksanaan ibadah di tanah suci.
2. Paket Wisata Muslim
- a. Menawarkan **wisata halal** ke destinasi domestik maupun internasional dengan memastikan fasilitas perjalanan sesuai standar halal.
 - b. Menyediakan paket wisata edukasi islami, *heritage tour*, serta wisata religi ke destinasi terkenal baik di dalam dan luar negeri.
3. Layanan Administrasi Perjalanan
- a. Mengurus dokumen perjalanan seperti **paspas, visa, asuransi perjalanan, dan vaksin.**
 - b. Menyediakan **layanan lounge, handling bagasi, transportasi, dan bantuan khusus** untuk jamaah lansia atau difabel.
4. Konsultasi dan Layanan Pelanggan
- a. Memberikan informasi lengkap tentang program, jadwal keberangkatan, dan ketentuan administrasi.
 - b. Menangani keluhan, pertanyaan, dan memberikan solusi terbaik demi kepuasan jamaah.
 - c. Menjalin komunikasi intensif sebelum, selama, dan setelah perjalanan untuk memastikan kenyamanan pelanggan.
5. Pemasaran dan Promosi
- a. Menjalankan strategi pemasaran baik **secara digital (media sosial, website, iklan online)** maupun **offline (brosur, event, pameran).**

- b. Membangun citra positif perusahaan melalui kegiatan **branding, pembuatan konten kreatif, dan public relations.**
 - c. Menyelenggarakan seminar manasik massal dan promosi di berbagai kota.
- 6. Pengelolaan Mitra dan Pengadaan
 - a. Menjalin kerja sama strategis dengan **maskapai penerbangan, hotel, katering, transportasi lokal,** dan penyedia jasa di tanah Suci.
 - b. Mengelola kontrak dan memastikan seluruh mitra memberikan layanan sesuai standar mutu Ventour Travel.
- 7. Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Manajemen Internal
 - a. Melaksanakan rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan keterampilan karyawan.
 - b. Mengelola administrasi kantor, pengadaan peralatan, serta menciptakan **lingkungan kerja yang kondusif dan produktif.**

3.2 Data Penelitian

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki jumlah serta karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya (Ridhahani, 2020). Objek pada penelitian ini merupakan seluruh jamaah yang telah melakukan pembelian paket umroh di Ventour Travel Depok pada periode bulan Januari - April tahun 2025 sebanyak 435 jamaah.

Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan (Ridhahani, 2020). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* (Soesana et al., 2023).

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (435 jamaah)

e = Tingkat kesalahan atau *margin of error* (0,05)

$$n = \frac{435}{1 + (435 \times 0,05^2)} = \frac{435}{1 + 1,0875} = \frac{435}{2,0875} = 208,4$$

Perhitungan yang dilakukan dengan rumus *Slovin* menghasilkan jumlah sampel 208,4 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 208 responden.

3.2.2 Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui pengisian kuesioner kepada 208 orang responden yang merupakan jamaah umroh pada Ventour Travel Depok. Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan jumlah pendapatan selama satu bulan terakhir. Data tersebut berguna untuk menyusun profil konsumen Ventour Travel.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel III. 1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	114	54,8%
2.	Laki - Laki	94	45,2%
Total		100	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan data pada Tabel III.1, dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan dalam penelitian ini mencapai 114 orang atau sekitar 54,8%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 94 orang atau sekitar 45,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini dengan jenis kelamin perempuan. Dominasi jumlah responden perempuan ini dapat dijelaskan oleh kecenderungan perempuan yang lebih aktif dalam mengikuti ibadah umroh. Selain itu, perempuan umumnya lebih berperan dalam proses pendaftaran dan pengambilan keputusan pada perjalanan ibadah umroh.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel III. 2
Usia Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	17 - 24 Tahun	5	2,4%
2.	25 - 32 Tahun	74	35,6%
3.	33 - 40 Tahun	66	31,7%
4.	41 - 48 Tahun	37	17,8%
5.	49 – 56 Tahun	21	10,1%
6.	≥ 57 Tahun	5	2,4%
Total		100	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan pada tabel III.2, diatas diketahui bahwa responden terbanyak berada pada rentang usia 25–32 tahun, yaitu sebanyak 74 orang atau sekitar 35,6%. Sementara itu, kelompok usia ≥ 57 tahun merupakan yang paling sedikit, hanya berjumlah 5 orang

atau 2,4% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa usia 25–32 tahun merupakan kategori usia yang paling dominan dalam penelitian ini dengan usia 25–32 tahun umumnya berada pada tahap usia produktif, aktif bekerja, dan memiliki partisipasi tinggi dalam kegiatan sosial.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel III. 3

Pekerjaan Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Pegawai Negeri Sipil	30	14,4%
2.	Karyawan Swasta	83	39,9%
3.	Wirausaha	40	19,2%
4.	Pelajar / Mahasiswa	16	7,7%
5.	Ibu Rumah Tangga	36	17,3%
6.	Lainnya	3	1,4%
	Total	100	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan data pada Tabel III.3, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 83 orang atau sekitar 39,9%. Jumlah ini secara signifikan lebih besar dibandingkan dengan responden dari kategori pekerjaan lainnya yang hanya mencakup sebagian kecil dari total keseluruhan. Temuan ini mengindikasikan bahwa karyawan swasta merupakan kelompok dominan dalam jenis pekerjaan responden.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel III. 4

Pendidikan Terakhir Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	SD/Sederajat	-	-
2.	SMP/Sederajat	-	-
3.	SMA/SMK	104	51,4%

4.	Diploma	22	10,6%
5.	S1	68	32,7%
6.	S2	11	5,3%
7.	S3	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan Tabel III.4 responden dengan pendidikan terakhir SMK/Sederajat merupakan yang terbanyak, yaitu sebanyak 104 orang atau 51,4%. Sementara itu, responden dengan pendidikan terakhir S2 hanya berjumlah 11 orang atau 5,3%. Tingginya jumlah responden lulusan SMK/Sederajat disebabkan oleh pendidikan ini lebih umum di masyarakat dan banyak dari mereka yang langsung masuk dunia kerja.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Tabel III. 5
Jumlah Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp1.000.000	-	-
2.	Rp1.000.000 s/d Rp2.499.999	-	-
3.	Rp2.500.000 s/d Rp3.999.999	35	16,8%
4.	Rp4.000.000 s/d Rp5.499.999	82	39,4%
5.	Rp5.500.000 s/d Rp6.999.999	45	21,6%
6.	Rp7.000.000 s/d Rp8.499.999	21	10,1%
7.	Rp8.500.000 s/d Rp9.999.999	12	5,8%
8.	≥ Rp10.000.000	12	5,8%
Total		100	100%

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan data pada Tabel III.5 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan bulanan Rp4.000.000 s/d Rp5.499.999, yaitu sebanyak 82 orang atau 39,4%. Tingginya jumlah responden pada kategori pendapatan ini sesuai dengan profil sampel yang mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta.

3.2.3 Data Hasil Kuesioner Variabel X

Tabel III. 6

Hasil Data Variabel X₁

Promosi											
No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Cukup Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{1.1}	58	27,9	98	47,1	48	23,1	4	1,9	-	-
2	X _{1.2}	69	33,2	79	38,2	57	27,4	3	1,4	-	-
3	X _{1.3}	145	69,7	46	22,1	12	5,8	5	2,4	-	-
4	X _{1.4}	131	63,0	71	34,1	6	2,9	-	-	-	-
5	X _{1.5}	53	25,5	53	25,5	97	46,6	5	2,4	-	-
6	X _{1.6}	61	29,3	81	38,9	57	27,4	9	4,3	-	-
7	X _{1.7}	79	38,0	88	42,3	38	18,3	3	1,4	-	-
8	X _{1.8}	151	72,6	19	9,1	12	5,8	26	12,5	-	-
9	X _{1.9}	111	53,4	67	32,0	25	12,0	5	2,4	-	-
10	X _{1.10}	137	65,9	35	16,8	11	5,3	25	12,0	-	-

Sumber: Lampiran Tugas Akhir (2025)

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel III.6 diketahui bahwa sebagian besar responden menilai bahwa Ventour Travel aktif melakukan promosi melalui berbagai media, seperti media sosial, brosur, dan pesan langsung. Informasi yang disampaikan dinilai mudah diakses dan dipahami, terutama terkait biaya, jadwal keberangkatan, dan fasilitas yang ditawarkan. Mayoritas responden juga berpendapat bahwa promosi Ventour cukup lengkap, jelas, menarik, dan sesuai dengan tren, sehingga mampu meningkatkan citra positif perusahaan. Selain itu, tindak lanjut promosi seperti pengingat saat kuota hampir penuh atau konfirmasi setelah calon jamaah menunjukkan minat dianggap sangat membantu dan menunjukkan perhatian dari pihak Ventour Travel. Meskipun ada sebagian kecil responden yang bersikap netral atau kurang setuju, secara keseluruhan promosi dinilai aktif, teratur, dan mampu membangun minat serta kepercayaan konsumen.

Tabel III. 7
Hasil Data Variabel X₂

No	Indikator	Harga									
		Sangat Setuju		Setuju		Cukup Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{2.1}	148	71,2	46	22,1	3	1,4	11	5,3	-	-
2	X _{2.2}	66	31,7	66	31,7	76	36,5	-	-	-	-
3	X _{2.3}	66	31,7	95	45,7	47	22,6	-	-	-	-
4	X _{2.4}	76	36,5	89	42,8	42	20,2	1	0,5	-	-
5	X _{2.5}	86	41,3	89	42,8	30	14,4	3	1,4	-	-
6	X _{2.6}	125	60,1	51	24,5	25	12,0	7	3,4	-	-
7	X _{2.7}	98	47,1	60	28,8	46	22,1	4	1,9	-	-
8	X _{2.8}	155	74,5	23	11,1	8	3,8	22	10,6	-	-

Sumber: Lampiran Tugas Akhir (2025)

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel III.7 diketahui bahwa harga paket umroh di Ventour Travel Depok dinilai sesuai dengan layanan yang telah diberikan. Sebagian besar responden merasa biayanya terjangkau dan sesuai kemampuan, terutama karena tersedia pilihan pembayaran secara bertahap. Harga tersebut dianggap sepadan dengan fasilitas yang didapat, seperti hotel yang strategis, *city tour*, pendamping berpengalaman, serta akomodasi dan konsumsi yang memadai selama ibadah. Selain itu, beberapa responden menilai harga yang diberikan oleh Ventour Travel cukup bersaing dibandingkan travel lain.

3.2.4 Data Hasil Kuesioner Variabel Y

Tabel III. 8
Hasil Data Variabel Y

Keputusan Pembelian											
No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Cukup Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y _{1.1}	142	68,3	39	18,8	10	4,8	17	8,2	-	-
2	Y _{1.2}	143	68,8	33	15,9	9	4,3	23	11,1	-	-
3	Y _{1.3}	64	30,8	79	38,0	64	30,8	1	0,5	-	-
4	Y _{1.4}	67	32,2	93	44,7	48	23,1	-	-	-	-
5	Y _{1.5}	85	40,9	51	24,5	65	31,3	7	3,4	-	-
6	Y _{1.6}	85	40,9	100	48,1	22	10,6	1	0,5	-	-
7	Y _{1.7}	86	41,3	94	45,2	28	13,5	-	-	-	-
8	Y _{1.8}	70	33,7	73	35,1	55	31,3	-	-	-	-
9	Y _{1.9}	109	52,4	81	38,9	15	7,2	3	1,4	-	-
10	Y _{1.10}	133	63,9	51	24,5	7	3,4	17	-	-	-

Sumber: Lampiran Tugas Akhir (2025)

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel III.8 diketahui bahwa sebagian besar responden memilih paket umroh Ventour Travel karena harga yang terjangkau, jadwal keberangkatan fleksibel, serta informasi program yang jelas dan mudah diakses. Transparansi biaya, fasilitas yang sesuai, proses administrasi yang rapi, dan pendampingan ibadah yang baik membuat calon jamaah semakin yakin. Testimoni positif, pilihan cicilan, serta tambahan fasilitas seperti city tour juga menambah nilai dan kepercayaan. Secara keseluruhan, keputusan pembelian banyak dipengaruhi oleh kejelasan informasi, kemudahan layanan, dan harga yang terjangkau.

3.2.5 Tabel Penolong

Tabel III. 9

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁

n	$\sum X_{1.1}$	$\sum (X_{1.1})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.1}) Y$
208	714.537	2,628,850	6,716.084	221,477,769	23,591,368

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (23,591,368) - (714,537) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,628,850) - (714.537)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,907,004,575 - 4,798,887,595}{\sqrt{(546,800,784 - 510,562,472) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,116,979}{\sqrt{36,238,312 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,116,979}{\sqrt{190.364 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,116,979}{186,671,801}$$

$$r_{hitung} = 0,579$$

Tabel III. 10

Uji Validitas Manual Pernyataan X₂

n	$\sum X_{1.2}$	$\sum (X_{1.2})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.2}) Y$
208	736,023	2,777,164	6,716.084	221,477,769	24,242,459

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208.(24,242,459)-(736,023) \cdot (6,716,084)}{\sqrt{[208 (2,777,164) - (736,023)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{5,042,431,546 - 4,943,191,581}{\sqrt{(577,650,182 - 541,729,667) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,239,964}{\sqrt{35,920,515 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,239,964}{\sqrt{189,527 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,239,964}{185,851,477}$$

$$r_{hitung} = 0,534$$

Tabel III. 11

Uji Validitas Manual Pernyataan X₃

n	ΣX _{1.3}	Σ (X _{1.3}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.3}) Y
208	697.337	2,471.070	6,716.084	221,477,769	22,946.096

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n.\sum XY - (\sum X).(\sum Y)}{\sqrt{[n.(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n.(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208.(22,946.096) - (697.337).(6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,471.070) - (697.337)^2] \cdot [208(221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,772,787.976 - 4,683,376.766}{\sqrt{(513,982.526 - 486,279.463) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,411.210}{\sqrt{27,703.063 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,411.210}{\sqrt{166.442 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,411.210}{163,214.460}$$

$$r_{hitung} = 0.548$$

Tabel III. 12

Uji Validitas Manual Pernyataan X₄

n	$\sum X_{1.4}$	$\sum (X_{1.4})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.4}) Y$
208	682.908	2,379.739	6,716.084	221,477,769	22,497.444

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (22,497.444) - (682.908) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,379.739) - (682.908)^2] \cdot [(221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,679,468.411 - 4,586,469.779}{\sqrt{(494,985.660 - 466,363.773) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{92,998.631}{\sqrt{28,621.887 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{92,998.631}{\sqrt{169.180 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{92,998.631}{165,899.040}$$

$$r_{hitung} = 0,561$$

Tabel III. 13

Uji Validitas Manual Pernyataan X₅

n	$\sum X_{1.5}$	$\sum (X_{1.5})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.5}) Y$
208	697.337	2,506.857	6,716.084	221,477,769	23,079.251

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (23,079.251) - (697.337) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,506.857) - (697.337)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,800,484.118 - 4,683,376.766}{\sqrt{(521,426.334 - 486,279.463) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{117,107.352}{\sqrt{35,146.871 * 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{117,107.352}{\sqrt{187.475 * 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{117,107.352}{185,851,477}$$

$$r_{hitung} = 0,637$$

Tabel III. 14

Uji Validitas Manual Pernyataan X₆

n	ΣX _{1.6}	Σ (X _{1.6}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.6}) Y
208	649.468	2,205.630	6,716.084	221,477,769	21,442.712

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (21,442.712) - (649.468) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,205.630) - (649.468)^2] \cdot [(221,477,769) - (6,716.084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,460,083.993 - 4,361,882.862}{\sqrt{(458,771.125 - 421,808.893) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{98,201.132}{\sqrt{36,962.2325 * 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{98,201.132}{\sqrt{192.256 * 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{98,201.132}{188,527.121}$$

$$r_{hitung} = 0,521$$

Tabel III. 15

Uji Validitas Manual Pernyataan X₇

n	$\sum X_{1.7}$	$\sum (X_{1.7})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.7}) Y$
208	736,023	2,774.481	6,716.084	221,477,769	24,268.913

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (24,268.913) - (736,023) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,774.481) - (736,023)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{5,047,933.956 - 4,943,191.581}{\sqrt{(577,092.127 - 541,729.667) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{104,742.375}{\sqrt{35,920,515 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{104,742.375}{\sqrt{188.049 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{104,742.375}{184,402.147}$$

$$r_{hitung} = 0,568$$

Tabel III. 16

Uji Validitas Manual Pernyataan X₈

n	$\sum X_{1.8}$	$\sum (X_{1.8})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.8}) Y$
208	550.540	1,582.643	6,716.084	221,477,769	18,105.175

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (18,105.175) - (550.540) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (1,582.643) - (550.540)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,765,876.496 - 3,697,474.841}{\sqrt{(329,189.650 - 303,094.594) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{68,401.656}{\sqrt{26,095.057 * 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{68,401.656}{\sqrt{161.540 * 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{68,401.656}{158,406.815}$$

$$r_{hitung} = 0,432$$

Tabel III. 17

Uji Validitas Manual Pernyataan X₉

n	ΣX _{1.9}	Σ (X _{1.9}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.9}) Y
208	697.337	2,496.240	6,716.084	221,477,769	22,996.515

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (22,996.515) - (697.337) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (2,496.240) - (697.337)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,783,275.094 - 4,683,376.766}{\sqrt{(519,218.020 - 486,279.463) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,898.328}{\sqrt{32,938.557 * 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,898.328}{\sqrt{181.490 * 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{99,898.328}{177,970.091}$$

$$r_{hitung} = 0,561$$

Tabel III. 18

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₀

n	$\sum X_{1.10}$	$\sum (X_{1.10})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.10}) Y$
208	554.573	1,617.976	6,716.084	221,477,769	18,307.836

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (18,307.836) - (554.573) \cdot (6,716.084)}{\sqrt{[208 (1,617.976) - (554.573)^2] \cdot [208 (221,477,769) - (6,716,084)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,808,029.889 - 3,724,558.532}{\sqrt{(336,539.043 - 307,551.141) - (46,067,376,054 - 45,105,787,070)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{83,471.357}{\sqrt{28,987.902 \cdot 961,588,983}}$$

$$r_{hitung} = \frac{83,471.357}{\sqrt{170.258 \cdot 980.606}}$$

$$r_{hitung} = \frac{83,471.357}{166,956.424}$$

$$r_{hitung} = 0,500$$

Tabel III. 19

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₁

n	$\sum X_{1.11}$	$\sum (X_{1.11})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.11}) Y$
208	632.147	2,050.222	5,039.500	125,414.610	15,671.338

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (15,671.338) - (632.147) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (2,050.222) - (632.147)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,259,638.226 - 3,185,705.760}{\sqrt{(426,446.244 - 399,610.044) - (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{73,932.465}{\sqrt{26,836.201 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{73,932.465}{\sqrt{163.818 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{73,932.465}{136,045.250}$$

$$r_{hitung} = 0,543$$

Tabel III. 20

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₂

n	ΣX _{1.12}	Σ (X _{1.12}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.12}) Y
208	422.048	1,020.343	5,039.500	125,414.610	10,649.471

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (10,649.471) - (422.048) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (1,020.343) - (422.048)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2,215,090.040 - 2,126,911.767}{\sqrt{(212,231.348 - 178,124.649) - (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{88,178.273}{\sqrt{34,106.699 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{88,178.273}{\sqrt{184.680 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{88,178.273}{153,370.810}$$

$$r_{hitung} = 0,575$$

Tabel III. 21**Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₃**

n	$\sum X_{1.13}$	$\sum (X_{1.13})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.13}) Y$
208	484.740	1,297.525	5,039.500	125,414.610	12,212.189

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (12,212.189) - (484.740) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (1,297.525) - (484.740)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2,540,135.397 - 2,442,846.629}{\sqrt{(269,885.193 - 234,972.737) \cdot (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{97,288.768}{\sqrt{34,912.456 \cdot 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{97,288.768}{\sqrt{186.849 \cdot 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{97,288.768}{155,171.896}$$

$$r_{hitung} = 0,627$$

Tabel III. 22**Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₄**

n	$\sum X_{1.14}$	$\sum (X_{1.14})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.14}) Y$
208	812.099	3,339.574	5,039.500	125,414.610	20,167.435

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (20,167.435) - (812.099) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (3,339.574) - (812.099)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,194,826.416 - 4,092,575.323}{\sqrt{(694,631.411 - 659,505.521) \cdot (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{102,251.094}{\sqrt{35,125.889 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{102,251.094}{\sqrt{187.419 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{102,251.094}{155,645.486}$$

$$r_{hitung} = 0,657$$

Tabel III. 23

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₅

n	ΣX _{1.15}	Σ (X _{1.15}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.15}) Y
208	736.023	2,771.530	5,039.500	125,414.610	18,281.214

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (18,281.214) - (736.023) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (2,771.530) - (736.023)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,802,492.518 - 3,709,187.378}{\sqrt{(576,478.232 - 541,729.6671) - (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{93,305.141}{\sqrt{34,748.565 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{93,305.141}{\sqrt{186.410 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{93,305.141}{154,807.254}$$

$$r_{hitung} = 0,603$$

Tabel III. 24

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₆

n	$\sum X_{1.16}$	$\sum (X_{1.16})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.16}) Y$
208	670.425	2,311.516	5,039.500	125,414.610	16,633.007

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (16,633.007) - (670.425) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (2,311.516) - (670.425)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,459,665.459 - 3,378,605.884}{\sqrt{(480,795.272 - 449,469.412) \cdot (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,059.575}{\sqrt{31,325.860 \cdot 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,059.575}{\sqrt{176.991 \cdot 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,059.575}{146,985.458}$$

$$r_{hitung} = 0,551$$

Tabel III. 25

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₇

n	$\sum X_{1.17}$	$\sum (X_{1.17})^2$	$\sum Y$	$\sum Y^2$	$\sum (X_{1.17}) Y$
208	714.537	2,619.377	5,039.500	125,414.610	17,726.207

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (17,726.207) - (714.537) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (2,619.377) - (714.537)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,687,050.958 - 3,600,907.026}{\sqrt{(544,830.480 - 510,562.472) \cdot (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{86,143.932}{\sqrt{34,268.008 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{86,143.932}{\sqrt{185.116 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{86,143.932}{153,733.070}$$

$$r_{hitung} = 0,560$$

Tabel III. 26

Uji Validitas Manual Pernyataan X₁₈

n	ΣX _{1.18}	Σ (X _{1.18}) ²	ΣY	ΣY ²	Σ (X _{1.18}) ΣY
208	567.481	1,669.910	5,039.500	125,414.610	14,073.749

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208.(14,073.749) - (567.481) \cdot (5,039.500)}{\sqrt{[208 (1,669.910) - (567.481)^2] \cdot [208 (125,414.610) - (5,039.500)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2,927,339.837 - 2,859,822.098}{\sqrt{(347,341.357 - 322,035.025) \cdot (26,086,238.852 - 25,396,561.865)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,517.739}{\sqrt{25,306.332 * 689,676.987}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,517.739}{\sqrt{159.080 * 830.468}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,517.739}{132,110.541}$$

$$r_{hitung} = 0,511$$

Tabel III. 27

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.1}

n	$\sum Y_{1.1}$	$\sum (Y_{1.1})^2$	$\sum Y$ Total	$\sum Y$ Total ²	$\sum Y_{1.1} Y$ Total
208	592.510	1,823.639	6,247.361	191,973.135	18,129.923

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (18,129.923) - (592.510) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (1,823.639) - (592.510)^2] \cdot [(191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,771,024.073 - 3,701,625.055}{\sqrt{(379,316.957 - 351,068.368) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{69,399.018}{\sqrt{28,248.589 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{69,399.018}{\sqrt{168.073 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{69,399.018}{159,527.679}$$

$$r_{hitung} = 0,435$$

Tabel III. 28

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.2}

n	$\sum Y_{1.2}$	$\sum (Y_{1.2})^2$	$\sum Y$ Total	$\sum Y$ Total ²	$\sum Y_{1.2} Y$ Total
208	563.032	1,658.161	6,247.361	191,973.135	17,237.759

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (17,237.759) - (563.032) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (1,658.161) - (563.032)^2] \cdot (208 (191,973.135) - (6,247.361)^2)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,585,453.891 - 3,517,466.843}{\sqrt{(344,897.425 - 317,005.555) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,987.048}{\sqrt{27,891.869 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,987.048}{\sqrt{167.009 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{67,987.048}{158,517.232}$$

$$r_{hitung} = 0,429$$

Tabel III. 29

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.3}

n	ΣY _{1.3}	Σ (Y _{1.3}) ²	ΣY Total	ΣY Total ²	ΣY _{1.3} Y Total
208	812.099	3,340.900	6,247.361	191,973.135	24,872.914

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \Sigma XY - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{[n \cdot (\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2] \cdot [n \cdot (\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (24,872.914) - (812.099) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (3,340.900) - (812.099)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{5,173,566.157 - 5,073,478.141}{\sqrt{(694,907.250 - 659,505.521) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{100,088.015}{\sqrt{35,401.728 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{100,088.015}{\sqrt{188.153 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{100,088.015}{178,587.024}$$

$$r_{hitung} = 0,560$$

Tabel III. 30

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.4}

n	$\sum Y_{1.4}$	$\sum (Y_{1.4})^2$	$\sum Y$ Total	$\sum Y$ Total ²	$\sum Y_{1.4} Y$ Total
208	482.200	1,285.693	6,247.361	191,973.135	15,003.895

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (15,003.895) - (482.200) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (1,285.693) - (482.200)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,120,810.091 - 3,012,474.350}{\sqrt{(267,424.144 - 232,516.386) \cdot (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,335.741}{\sqrt{34,907.758 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,335.741}{\sqrt{186.836 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,335.741}{177,336.710}$$

$$r_{hitung} = 0,611$$

Tabel III. 31

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.5}

n	$\sum Y_{1.5}$	$\sum (Y_{1.5})^2$	$\sum Y$ Total	$\sum Y$ Total ²	$\sum Y_{1.5} Y$ Total
208	670.425	2,330.193	6,247.361	191,973.135	20,657.016

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (20,657.016) - (670.425) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (2,330.193) - (670.425)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,296,659.231 - 4,188,385.491}{\sqrt{(484,680.223 - 449,469.412) \cdot (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,273.739}{\sqrt{35,210.812 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,273.739}{\sqrt{187.645 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{108,273.739}{178,104.825}$$

$$r_{hitung} = 0,608$$

Tabel III. 32

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.6}

n	ΣY _{1.6}	Σ (Y _{1.6}) ²	ΣY Total	ΣY Total ²	ΣY _{1.6} Y Total
208	812.099	3,333.260	6,247.361	191,973.135	24,831.113

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (24,831.113) - (812.099) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (3,333.260) - (812.099)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{5,164,871.489 - 5,073,478.141}{\sqrt{(693,318.001 - 659,505.521) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{91,393.347}{\sqrt{33,812.480 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{91,393.347}{\sqrt{183.882 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{91,393.347}{174,532.448}$$

$$r_{hitung} = 0,524$$

Tabel III. 33

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.7}

n	ΣY _{1.7}	Σ (Y _{1.7}) ²	ΣY Total	ΣY Total ²	ΣY _{1.7} Y Total
---	-------------------	------------------------------------	----------	-----------------------	---------------------------

208	542.823	1,579,249	6,247.361	191,973.135	16,732.701
-----	---------	-----------	-----------	-------------	------------

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (16,732.701) - (542.823) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (1,579,249) - (542.823)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,480,401.853 - 3,391,211.184}{\sqrt{(328,483.7921 - 294,656.835) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,190.669}{\sqrt{33,826.957 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,190.669}{\sqrt{183.921 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{89,190.669}{174,569.807}$$

$$r_{hitung} = 0,511$$

Tabel III. 34

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.8}

n	$\sum Y_{1.8}$	$\sum (Y_{1.8})^2$	$\sum Y$ Total	$\sum Y$ Total ²	$\sum Y_{1.8} Y$ Total
208	443.639	1,112.045	6,247.361	191,973.135	13,830.939

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (13,830.939) - (443.639) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (1,112.045) - (443.639)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{2,876,835.214 - 2,771,570.159}{\sqrt{(231,305.360 - 196,815.185) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{105,265.055}{\sqrt{34,490.176 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{105,265.055}{\sqrt{185.715 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{105,265.055}{176,272.828}$$

$$r_{hitung} = 0,597$$

Tabel III. 35

Uji Validitas Manual Pernyataan Y_{1.9}

n	ΣY _{1.9}	Σ (Y _{1.9}) ²	ΣY Total	ΣY Total ²	ΣY _{1.9} Y Total
208	736.023	2,759.937	6,247.361	191,973.135	22,498.974

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (22,498.974) - (736.023) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 (2,759.937) - (736.023)^2] \cdot [208 (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{4,679,786.602 - 4,598,200.302}{\sqrt{(574,066.933 - 541,729.667) - (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,586.300}{\sqrt{32,337.266 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,586.300}{\sqrt{179.826 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{81,586.300}{170,682.627}$$

$$r_{hitung} = 0,478$$

Tabel III. 36

Uji Validitas Mnaual Pernyataan Y_{1.10}

n	ΣY _{1.10}	Σ (Y _{1.10}) ²	ΣY Total	ΣY Total ²	ΣY _{1.10} . Y Total
208	592.510	1,830.598	6,247.361	191,973.135	18,177.902

Sumber: Data yang diolah oleh penulis (2025)

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{208 \cdot (18,177.902) - (592.510) \cdot (6,247.361)}{\sqrt{[208 \cdot (1,830.598) - (592.510)^2] \cdot [208 \cdot (191,973.135) - (6,247.361)^2]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{3,781,003.529 - 3,701,625.055}{\sqrt{(380,764.283 - 351,068.368) \cdot (39,930,412.129 - 39,029,514,722)}}$$

$$r_{hitung} = \frac{79,378.474}{\sqrt{29,695.914 \cdot 900,897.407}}$$

$$r_{hitung} = \frac{79,378.474}{\sqrt{172.325 \cdot 949.156}}$$

$$r_{hitung} = \frac{79,378.474}{163,563.359}$$

$$r_{hitung} = 0,485$$

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel III. 37

Hasil Uji Validitas Manual

Variabel	Item	R Hitung Manual	R Tabel	Keterangan
	X _{1.1}	0,579	0,136	Valid
	X _{1.2}	0,534	0,136	Valid
	X _{1.3}	0,548	0,136	Valid
	X _{1.4}	0,561	0,136	Valid

Promosi (X ₁)	X _{1.5}	0,637	0,136	Valid
	X _{1.6}	0,521	0,136	Valid
	X _{1.7}	0,568	0,136	Valid
	X _{1.8}	0,432	0,136	Valid
	X _{1.9}	0,561	0,136	Valid
	X _{1.10}	0,500	0,136	Valid
Harga (X ₂)	X _{2.1}	0,543	0,136	Valid
	X _{2.2}	0,575	0,136	Valid
	X _{2.3}	0,627	0,136	Valid
	X _{2.4}	0,657	0,136	Valid
	X _{2.5}	0,603	0,136	Valid
	X _{2.6}	0,551	0,136	Valid
	X _{2.7}	0,560	0,136	Valid
	X _{2.8}	0,511	0,136	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y _{1.1}	0,435	0,136	Valid
	Y _{1.2}	0,429	0,136	Valid
	Y _{1.3}	0,560	0,136	Valid
	Y _{1.4}	0,611	0,136	Valid
	Y _{1.5}	0,608	0,136	Valid
	Y _{1.6}	0,524	0,136	Valid
	Y _{1.7}	0,511	0,136	Valid
	Y _{1.8}	0,597	0,136	Valid
	Y _{1.9}	0,478	0,136	Valid
	Y _{1.10}	0,485	0,136	Valid

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan *output* hasil uji validitas tabel III.37, dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner yang berjumlah 28 butir pada variabel promosi, harga, dan keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel yaitu (0,136). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel III. 38

Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	R Hitung	Keterangan
1	Promosi	0,737	0,60	Reliabel
2	Harga	0,718	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,709	0,60	Reliabel

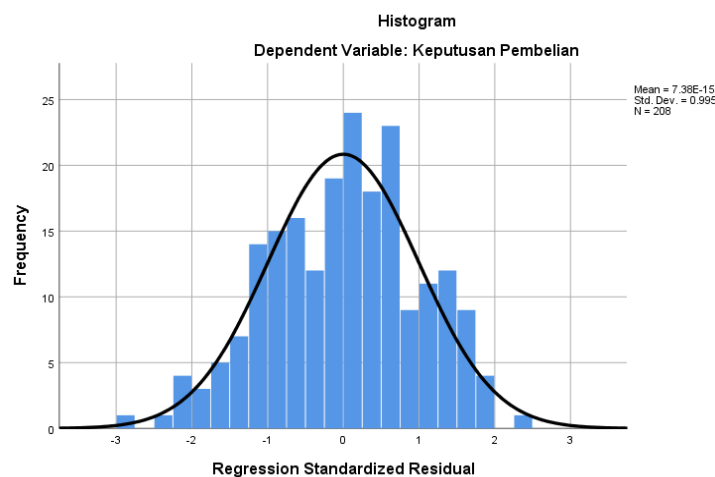
Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan *output* hasil uji reliabilitas pada tabel III.38, diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap instrumen yang dipakai untuk menilai promosi, harga dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

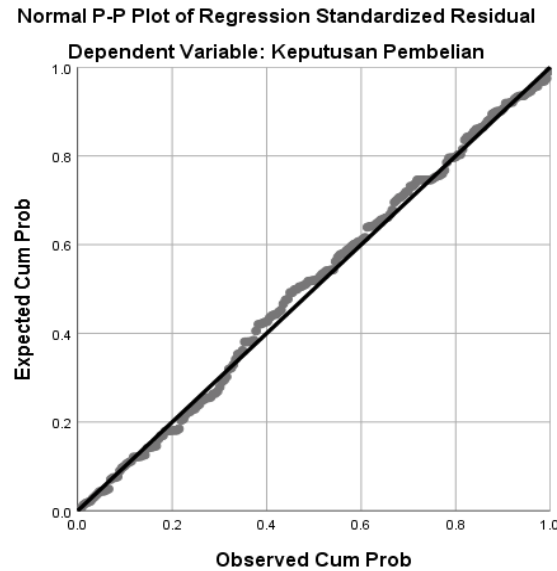
Gambar dibawah ini menjelaskan hasil uji normalitas dalam penelitian ini.



Gambar III. 3 Histogram Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan *ouput* gambar III.3 histogram membentuk kurva menyerupai lonceng yang simetris, sehingga data dalam penelitian ini terdistribusi normal.



Gambar III. 4 P-P Plot Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan *output* gambar III.4 dapat diketahui grafik Normal P-P Plot menunjukkan titik-titik data yang mengikuti garis diagonal dengan rapat dan teratur, kondisi ini menunjukkan hasil data terdistribusi normal.

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji normalitas dalam penelitian ini.

Tabel III. 39

Uji Normalitas

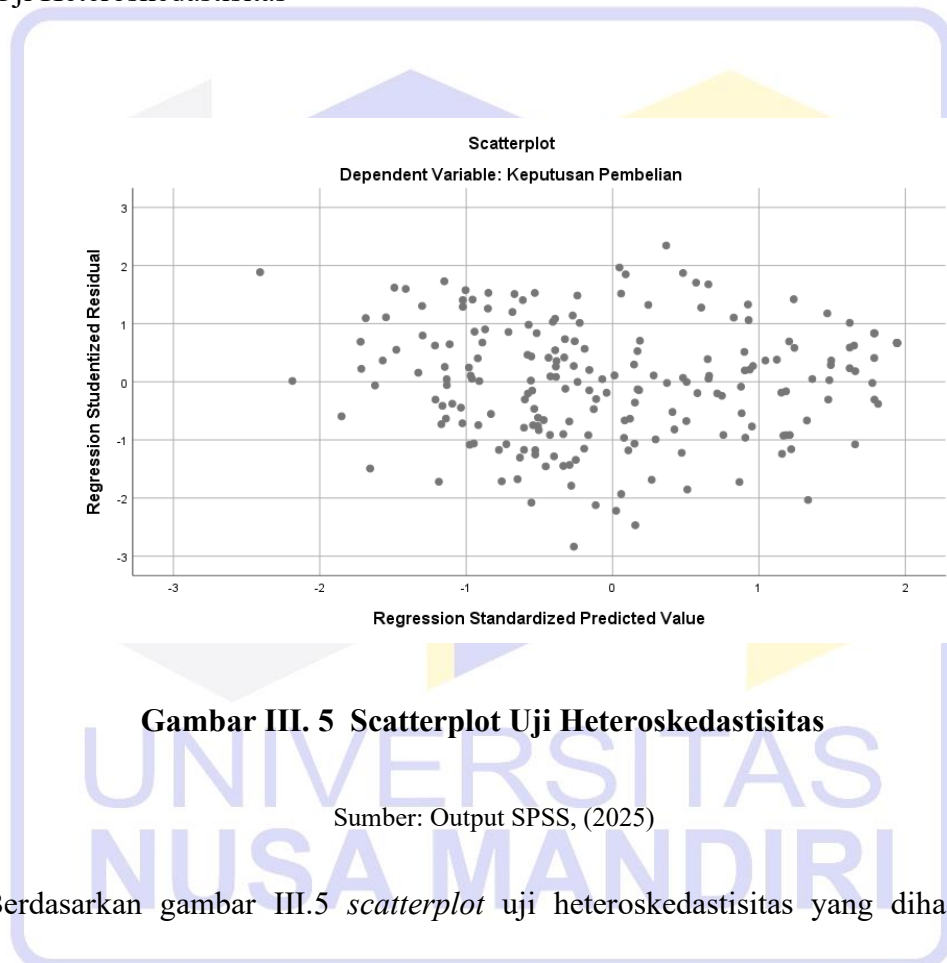
<i>Tests of Normality</i>			
	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
<i>Unstandardized Residual</i>	0.045	208	.200*
*. This is a lower bound of the true significance			

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan *output* hasil uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel III.39, menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa data pada riset ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas



Gambar III. 5 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan gambar III.5 *scatterplot* uji heteroskedastisitas yang dihasilkan, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Regression Studentized Residual, tanpa membentuk pola tertentu yang jelas. Penyebaran titik juga relatif merata di sepanjang sumbu Regression Standardized Predicted Value. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel III. 40

Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficientsa</i>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.262	0.000
	Promosi	-0.591	0.555
	Harga	-0.806	0.421
a. Dependent Variable: Abs_Res			

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan hasil *output* tabel III.40 dapat diketahui bahwa bahwa nilai signifikansi pada variabel promosi senilai 0,555 yang berarti lebih besar dari 0,05 dan di variabel harga senilai 0,421 yang berarti lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut menjelaskan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

c. Uji Multikolineritas

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji multikolineritas dalam penelitian ini.

Tabel III. 41

Uji Multikolineritas

<i>Coefficientsa</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		Tolerance	VIF
1	Promosi	0.627	1.594
	Harga	0.627	1.594
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan pada Tabel III.41 dapat diketahui bahwa hasil analisis uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan presentasi nilai VIF sebesar 1,594 < 10,0 sedangkan nilai tolerance sebesar 0,627 > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan harga tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.3 Analisis Variabel X terhadap Y

3.3.1 Uji Koefisien Korelasi

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji koefisien korelasi dalam penelitian ini.

Tabel III. 42
Uji Koefisien Korelasi

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.730	0.533	0.529	3.14057
a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi pada tabel III.42 diperoleh nilai (R) sebesar 0,730, yang menunjukan bahwa hubungan antara variabel independen, yaitu promosi dan harga, dengan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian kuat. Mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi menurut (Indartini & Mutmainah, 2024), nilai tersebut berada pada kisaran 0,60–0,799, sehingga termasuk pada kategori kuat.

3.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel III. 43
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730	0.533	0.529	3.14057
a. <i>Predictors:</i> (Constant), Harga, Promosi				
b. <i>Dependent Variable:</i> Keputusan Pembelian				

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan *output* pada Tabel III.43 diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) tercatat sebesar 0,533. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 53,3%. Dengan kata lain, kedua variabel ini mampu menerangkan sebagian besar variasi yang terjadi pada keputusan pembelian. Sementara itu, sisanya sebesar 46,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari promosi dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3.3.3 Uji Persamaan Regresi

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji persamaan regresi dalam penelitian ini.

Tabel III. 44
Uji Persamaan Regresi

Coefficients^a			
Model		<i>Unstandardized Coefficient</i>	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.900	1.594
	Promosi	0.453	0.058
	Harga	0.393	0.069
a. <i>Dependent Variable:</i> Keputusan Pembelian			

Sumber: Output SPSS, (2025)

Berdasarkan hasil pada Tabel III.44 diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 5.900 + 0.453 + 0.393 + e$$

Interprestasinya sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 5.900 menunjukkan bahwa jika variabel promosi (X_1) dan harga (X_2) tidak berubah atau bernilai nol, maka nilai keputusan pembelian (Y) tetap berada pada angka 5.900 satuan. Ini menunjukkan nilai dasar dari keputusan pembelian tanpa dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.
2. B_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0.453 menyatakan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 poin variabel harga akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.453 dengan asumsi tidak ada perubahan dari faktor lain.
3. B_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0.393 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin variabel harga, maka nilai harga bertambah sebesar 0.393. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga bisa dikatakan bahwa arah pengaruh variabel promosi dan harga terhadap keputusan pembelian adalah positif.

3.3.4 Uji Hipotesis

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini.

1. Uji Parsial (Uji T)

Tabel III. 45

Uji Parsial (Uji T)

<i>Coefficients^a</i>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.701	0.000
	Promosi	7.761	0.000
	Harga	5.707	0.000

a. <i>Dependent Variable:</i> Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS (2025)

a. Promosi (X_1) Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan pada Tabel III.45 dapat diketahui bahwa variabel promosi memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung yaitu $7,761 > 1,972$ T tabel didapat dari rumus ($df=n-k$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti promosi terdapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesisnya dinyatakan diterima.

Temuan secara parsial ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya pada PT Prima Tour and Travel (Nautika et al., 2025). Selanjutnya, penelitian pada PT Odifa Jelajah Dunia juga menunjukkan hasil yang serupa (Setiawan & Yulianto, 2022). Kemudian, penelitian yang dilakukan pada PT Indo Citra Tamasya Jakarta pun mendukung temuan tersebut dengan hasil yang sejalan (Bicky et al., 2023). Hasil penelitian ini diperkuat dengan tanggapan dari responden yang memberikan skor nilai tertinggi pada indikator kualitas promosi, terutama terkait kejelasan dan ketepatan informasi. Respon positif terlihat pada pernyataan “Informasi promosi disampaikan secara jelas, lengkap, dan mudah dipahami” serta “Isi promosi sesuai dengan minat dan kebutuhan saya” Hal ini menegaskan bahwa promosi yang jelas, relevan, dan transparan mampu meningkatkan pemahaman sekaligus keyakinan konsumen dalam memilih layanan umrah atau haji.

Namun, masih terdapat indikator dengan skor nilai terendah, yaitu kuantitas dan frekuensi promosi. Pernyataan seperti “Saya sering menemukan promosi di berbagai media” dan “Saya sering melihat promosi melalui media sosial, brosur, atau pesan WhatsApp” dinilai relatif rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa jangkauan dan intensitas promosi belum optimal. Oleh karena itu, perusahaan

disarankan untuk memperbanyak promosi melalui media digital, cetak, maupun saluran komunikasi populer agar konsumen lebih sering terpapar informasi dan terdorong untuk mengambil keputusan pembelian.

b. Harga (X₂) Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan pada Tabel III.48 diatas dapat diketahui bahwa variabel harga (X₂) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung yaitu $5.707 > 1,972$ T tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima yang berarti harga terdapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Secara parsial, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang sejalan. Hal ini terlihat pada travel umrah di Kota Bogor, yaitu PT Alifah Tour (Toni Endaryono & Ekawati, 2023). Selanjutnya, hasil serupa juga ditemukan pada Travel Abdillah Kampus Baru UHO Kendari (Samarinda et al., 2024). Temuan yang sejalan pun diperoleh pada agen travel PT Asafa Global Wisata (Amal et al., 2025).

Dukungan atas hasil penelitian ini terlihat dari tanggapan kuesioner yang menunjukkan skor tertinggi pada indikator keterjangkauan harga serta kesesuaian harga dengan kemampuan konsumen. Mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pernyataan “Saya merasa harga paket umroh atau haji yang ditawarkan oleh Ventour Travel Depok sesuai dengan kemampuan keuangan saya” serta “Saya merasa harga Ventour Travel Depok sesuai dengan kemudahan layanan yang saya dapatkan tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan.” Temuan ini memperlihatkan bahwa sebagian besar konsumen menilai harga yang ditawarkan Ventour Travel cukup terjangkau dan sejalan dengan pelayanan yang mereka terima, sehingga mendukung keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Namun demikian, masih terdapat sejumlah responden yang memberikan skor terendah pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan keterjangkauan harga. Hal ini terlihat dari pernyataan “Saya merasa harga paket umroh atau haji Ventour Travel Depok sesuai dengan kualitas fasilitas yang disediakan, seperti hotel, transportasi, dan lokasi yang mendukung ibadah” serta “Saya menganggap harga paket umroh atau haji dari Ventour Travel Depok terjangkau karena tersedia pilihan pembayaran secara bertahap” Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar konsumen menilai harga sudah sesuai dengan daya beli dan layanan yang diberikan, masih ada yang beranggapan bahwa kualitas fasilitas maupun skema pembayaran belum sepenuhnya sepadan dengan harga yang ditawarkan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel dibawah ini menjelaskan hasil uji simultan (Uji F) dalam penelitian ini.

Tabel III. 46

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2309.259	2	1154.629	117.064	.000 ^b
	Residual	2021.957	205	9.863		
	Total	4331.216	207			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi						

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan pada Tabel III.46 diketahui bahwa nilai F hitung lebih sebesar dari pada f tabel ($117,064 > 3,04$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* promosi dan harga

secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependen* keputusan pembelian. F Tabel didapatkan dari rumus $F(k-1; n-k)$.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Andriani et al., 2023), (Dwi Rahma Fitria, 2024) dan (Nautika et al., 2025) yang menyatakan bahwa promosi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket umroh di Ventour Travel Depok. Penjabaran lebih lanjut dari variabel keputusan pembelian (Y) menunjukkan pada indikator pengenalan kebutuhan dan perilaku sesudah pembelian memperoleh skor nilai tertinggi. Responden memberikan tanggapan paling positif terhadap pernyataan “Saya merasa sudah saatnya menunaikan ibadah umroh atau haji sebagai bagian dari kewajiban spiritual saya” serta “Saya merasa puas dengan pelayanan Ventour Travel dan bersedia merekomendasikannya kepada keluarga atau teman”. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memiliki kesadaran yang kuat terhadap kebutuhan spiritual, tetapi juga menunjukkan loyalitas dengan memberikan rekomendasi, yang secara langsung mendukung keberlangsungan dan reputasi Ventour Travel.

Meskipun demikian, masih terdapat indikator dengan skor terendah pada indikator pencarian informasi, dengan pernyataan “Saya membaca dan memahami informasi tentang biaya, jadwal keberangkatan, dan fasilitas umroh atau haji” memperoleh skor nilai rendah, yang menunjukkan bahwa sebagian konsumen belum sepenuhnya memanfaatkan atau merasa kurang jelas dengan informasi yang tersedia. Sementara itu, pada indikator keputusan pembelian, pernyataan “Saya memutuskan memilih Ventour Travel karena mereka menyediakan pilihan pembayaran bertahap

atau dicicil” juga dinilai rendah, hal ini mengindikasikan bahwa skema pembayaran belum menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat strategi komunikasi dengan menyediakan informasi yang lebih jelas, mudah diakses, serta menonjolkan fleksibilitas pembayaran secara lebih persuasif agar mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam memilih layanan perjalanan ibadah umroh.

