



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 11330-11344  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu

Febri Resti Nurhidayah<sup>1✉</sup>, Eka Sriwahyuni<sup>2</sup>, Kustin Hartini<sup>3</sup>  
Universitas Islam Negri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
Email: [febriresti@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:febriresti@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi dan harga terhadap minat jamaah Umroh Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu. Data primer penelitian ini berasal dari kuisioner yang diisi oleh responden jamaah umroh sebagai sample sebanyak 80 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh promosi dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat jamaah pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu dengan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,005$  promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat jamaah pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu, harga dengan nilai sig  $0,001 < 0,005$  yang berarti bernilai signifikan terhadap minat jamaah umroh Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu dan secara simultan promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat jamaah umroh Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu dengan nilai sig  $0,001 < 0,005$ . Hasil pengujian koefisien determinasi atau  $r^2$  jika dipresentasikan sebesar 49,6% dan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *promosi; harga; minat*

## Abstract

This research was carried out to find out whether there was an influence of promotions and prices on the interest of the Angkasa Wisata Bengkulu Travel Holiday Umrah pilgrims. The primary data for this research comes from a questionnaire filled out by Umrah pilgrims as a sample of 80 people. The results of this research show that partially the influence of promotion and price has a positive and significant influence on the interest of the congregation in the Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu with a sig value of  $0.001 < 0.005$ . Promotion has a significant effect on the interest of the congregation in the Teravel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu, the price with a sig value  $0.001 < 0.005$ , which has a significant value on the interest of Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu Umrah pilgrims and simultaneously promotion and price have a positive and significant effect on interest of Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu Umrah pilgrims with a sig value of  $0.001 < 0.005$ . The test results for the coefficient of determination or r square, if presented as a percentage, are 49.6% and the remaining 50.4% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: *promotion; price; interest*

## PENDAHULUAN

Ibadah haji dan umroh merupakan salah satu ibadah pokok serta menjadi kewajiban bagi setiap muslim khususnya penduduk muslim di Indonesia yang memiliki kemampuan baik moril ataupun materil. Oleh karena itu, untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh harus dipersiapkan dengan persiapan yang matang. Umrah berasal dari l'timar yang berarti ziarah yakni menziarahi Ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'i antara bukit Shafa dan Marwa, serta mencukur rambut (*tahallul*) tanpa wukuf di Arafah. Sedangkan menurut Syara, umrah ialah berkunjung ke Baitullah sewaktu-waktu untuk melaksanakan amalan - amalan ibadah tertentu. Meskipun hukumnya ada yang mengatakan sunnah, Ibadah umroh menjadi idaman setiap muslim yang ada di seluruh dunia khususnya umat muslim di Indonesia. Kecintaan umat muslim khususnya di Indonesia terhadap Agama Islam berdampak kepada tekad yang kuat untuk menjadi tamu Allah SWT. Menurut data yang dipublikasikan oleh kompas.com pada tanggal 12 Februari tahun 2019, Mastuki selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat, Data dan Informasi Kemenag menerangkan bahwa Jumlah pendaftar setiap tahunnya melampaui kuota haji yang diberikan Pemerintah Arab Saudi. Pada 2018, ada kuota sebanyak 204.000 jemaah reguler, 17.000 untuk haji khusus, jadi total ada 221.000 jemaah. Sebanyak 221.000 kuota haji itu tidak bisa menampung pendaftar haji yang mencapai 600.000 orang. Hal inilah yang menjadi penyebab panjangnya antrean dan waktu yang cukup lama bagi calon jemaah yang ingin mengunjungi baitullah. Sulawesi Selatan menjadi Provinsi dengan waktu pemberangkatan paling lama, yaitu 39 tahun. Berdasarkan data tersebut, Ibadah umrah dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi

masyarakat yang ingin ke baitullah tanpa menunggu lama. Dengan biaya yang lebih murah, waktu keberangkatan yang lebih cepat serta waktu yang fleksibel dapat ditentukan oleh calon jamaah umrah. Oleh, karena itu umroh benar-benar sangat diminati oleh masyarakat muslim indonesia.

Travel Holiday Angkasa Wisata merupakan salah satu biro penyelenggara haji dan umroh yang berusaha memberikan pelayanan terbaik guna dapat memberikan kenyamanan kepada jamaah dalam pelaksanaan ibadah umroh di Baitullah. Travel Holiday Angkasa Wisata mempunyai beberapa program umroh dan haji didalamnya, salah satu program tersebut ialah umroh plus turki dan umroh plus dubai. Pada saat ini ibadah umroh plus turki dan duabai menjadi idaman setiap muslim sehingga program umroh ini di minati oleh masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh dan berwisata untuk melihat secara langsung sejarah bagaimana kejayaan islam di turki dan dubai. Program ini tidak hanya menawarkan umroh tapi juga wisata kebeberapa tempat yang sudah di rencanakan. Tempat-tempat tersebut pada umumnya sudah di tentukan oleh agen biro jasa perjalanan umroh. Perkembangan dunia usaha travel yang menawarkan jasa semakin banyak persaingan, khususnya dalam pengelolaan perusahaannya. Hal ini ditunjukkan dengan banyak produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan travel dengan berbagai produk yang berkualitas dan harga yang dapat bersaing dalam pemasaran. Dalam hal ini salah satu upaya untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran yaitu dengan menerapkan promosi. Perusahaan travel haji dan umroh berusaha menetapkan harga yang dapat bersaing dan fasilitas yang nyaman sehingga bisa menambah minat orang untuk melaksanakan umroh di Travel Holiday Angkasa Wisata. Untuk mencapai produk jasa yang dipasarkan berhasil, perusahaan sebaiknya memakai konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh tujuan penjualan yang diinginkan. Dengan dilakukannya promosi diharapkan akan dapat diketahui pengaruhnya terhadap tingkat penjualan dan seberapa besar hasil yang diperoleh dari kegiatan promosi tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam tulisan bentuk skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umrah Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu".

Dalam melakukan penelitian, perlu adanya hasil penelitian relevan yang menjadi dasar dan acuan serta referensi pembanding dalam penelitian sehingga mampu menggambarkan hasil penelitian pengaruh promosi dan harga terhadap minat. Adapun hasil penelitian relevan yaitu penelitian Kustin hartini (2021) dengan judul "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah asuransi syariah takaful

dalam program asuransi pendidikan anak yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat masyarakat menjadi nasabah asuransi anak syariah takaful dalam program asuransi pendidikan anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah sebesar 50,965%" dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh David Kevin dan Yudi Carsana (2020) dengan judul "Pengaruh promosi persepsi harga dan sikap konsumen terhadap minat pembelian mobil suzuki di Pt.Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi dan harga berpengaruh terhadap minat pembelian mobil suzuki di Pt.Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi dan dan harga terhadap minat pembelian mobil suzuki di Pt.Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang dengan besar pengaruhnya yaitu 72,8%" dan sisahnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Minat merupakan suatu jenis pengalaman perasaan yang dianggap bermanfaat dan disosialisasikan dengan perhatian pada suatu obyek tertentu. Sementara secara struktural minat merupakan suatu elemen dalam diri individu baik bawaan maupun yang diperoleh lewat proses belajar, yang menyebabkan seseorang merasa mendapatkan manfaat terhadap suatu obyek tertentu atau merasa yang berhubungan denganobyek tertentu atau terhadap suatu pengetahuan tertentu (Fathi 2021). Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditunjukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi adalah komunikasi mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasive (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan cara tingkah laku si penerima atau pendengar (Tunas and Wisata 2008). Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa (Syaifuddin, Mufidah,2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu, banyak peneliti yang telah mengkaji pengaruh promosi terhadap minat jamaah umroh. Namaun, belum ada yang meneliti dengan dua variabel yaitu pengaruh promosi dan harga terhadap minat jamaah umroh. Sehingga hipotesis dari penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday anangkasa wisata bengkulu.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif yang merupakan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. Lokasi yang menjadi tempat penelitian dilakukan di Ds. Gembung Raya Talang Mbengkenang Kc. Napal Putih Kb. Bengkulu Utara. Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data kemudian menyusun proposal hingga laporan akhir 1 bulan lamanya dimulai dari 28 (desember) hingga 28 (januari) tahun 2023-2024. Populasi adalah sekumpulan data atau makhluk hidup yang terdiri dari objek dan mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan (Faqih 2021). Populasi penelitian yaitu masyarakat Ds. Gembung Raya Talang Mbengkenang Kc. Napal Putih Kb. Bengkulu Utara sebanyak 80 orang.

Teknik pengambilan sampel, sampel dalam penelitian ini yaitu subjek dengan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Sampel ditentukan menggunakan *Non Probability sampling (Proposive sampling)* dimana sampel dipilih antara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan dengan kriteria inklus yaitu masyarakat yang mendapatkan kunjungan tim travel holiday angkasa wisata Bengkulu, yang bersedia terlibat pada penelitian ini, masyarakat asli yang berdomisili di desa gembung raya. Dengan kriteria eksklusif masyarakat yang mengatakan mengundurkan diri secara tiba-tiba saat penelitian berlangsung.

Sumber data dan teknis pengumpulan data adalah bagian penting untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dan bisa menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Penelitian data ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan perorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti, untuk kepentingan studi yang bersangkutan dapat berupa *interview* dan observasi, kuisioner. Data sekunder yaitu data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain (Jatmiko and Gernowo 2014). Terkait dengan data sekunder peneliti kemudian memanfaatkan data itu menurut kebutuhan. Variabel dan Definisi Operasional ini yaitu variabel dependen, variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian, variabel minat jamaah diukur dengan indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembeli dan perilaku pasca pembeli (Faqih 2021). Variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruh positif maupun pengaruh negatif (Purwanto 2019). Variabel independen terdiri dari Variabel promosi yang terdiri dari periklanan, publish atau hubungan masyarakat, potongan harga, promosi penjualan, pelayanan. Variabel harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, penentuan harga, pertumbuhan harga pesaing, penetapan harga jual.

Peneliti memecahkan masalah dengan menggunakan penelitian dengan menggunakan data kuantitatif, yaitu data jumlah responden masyarakat Ds. Gembung Raya Talang Mbengkenang Kc. Napal Putih Kb. Bengkulu Utara untuk mendukung pembahasan. Adapun sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder yaitu data data yang sudah tersedia dan dikumpul oleh pihak lain. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket dengan menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (ss) skor 5, setuju (s) skor 4, kurang setuju (ks) skor 3, tidak setuju (ts) skor 2, sangat tidak setuju (sts) skor 1.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda (*multi PLE regression analysis*). Uji analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui adanya hubungan atau pengaruh dua variabel lebih terhadap variabel Y, maka yang digunakan adalah regresi linier berganda. Penelitian ini dilaksanakan pada hubungan fungsional ataupun kasual atau variabel dependen untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y.

Pada penelitian dilakukan yang namanya uji coba instrumen untuk mengetahui hasil kuisioner layak atau tidak digunakan sebagai instrumen penelitian dan untuk memperoleh alat ukur yang valid dan reliabel yang digunakan pada saat pengumpulan data di lapangan. Adapun prosedur yang harus diperhatikan dalam melakukan uji coba yaitu diambil dari responden yang mendapatkan kunjungan tim travel holiday angkasa wisata Bengkulu, yang bersedia terlibat pada penelitian ini, masyarakat asli berdomosili di Ds. Gembung raya.

Data kuantitatif penelitian ini dianalisis melalui beberapa tahap yaitu pertama analisis deskripsi responden untuk mengetahui karakteristik dari masyarakat yang terpilih menjadi responden. Penggolongan responden di dasarkan pada jenis kelamin, umur, pekerjaan. Analisis kedua yaitu uji validitas dan reabilitas untuk menguji ketepatan yang diukur, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuisioner. Sedangkan uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan suatu variabel atau konstruk.

Jenis analisis yang ketiga yaitu uji regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap minat jamaah umroh. Analisis data terakhir, yaitu pengujian hipotesis berdasarkan uji parsial (uji-t) dilakukan bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan (uji f) dengan mengetahui jika variabel dependen secara signifikan (Purnawijaya 2019). Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengetahui seberapa besar presentase dari variabel dependen. Adapun nilai koefisien determinasi yaitu 0-1. Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) =1, maka variabel bebas memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi

variabel-variabel terikat. Selanjutnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, maka variabel bebas tidak mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari masyarakat yang terpilih menjadi responden. Penggolongan responden didasarkan pada jenis kelamin, umur, pekerjaan. Kuisisioner yang telah diisi sebanyak 80 responden kemudian diolah menjadi data penelitian. Jumlah data pada setiap variabel pengaruh promosi dan harga terhadap minat jamaah umroh lengkap sesuai dengan jumlah responden sehingga dapat diolah lebih lanjut. Penyajian data karakteristik responden bertujuan untuk mengenal ciri-ciri khusus yang dimiliki responden sehingga memudahkan penulis untuk menganalisis maka karakteristik responden dapat digambarkan sebagai berikut

Penelitian dilakukan terhadap 80 responden masyarakat Ds. Gembung raya talang mbengkenang Kc. Napal putih Kb. Bengkulu utara, diambil populasi sebanyak 100 responden yaitu 80 responden dan diukur melalui kuisisioner penelitian. Adapun deskripsi responden :

Tabel 1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	41	51%
2.	Perempuan	39	49%
	Total	80	100%

Suber : Hasil Kuisisioner Responden 2024

Berdasarkan data pada tabel 1 Diatas menunjukkan bahwa 80 responden maka responden terbanyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki Yaitu 51% atau sebanya 41 orang, responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu 49% atau sebanya 39 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu yang menjadi sample dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki.

Tabel 2.

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-30 Tahun	21	26%
2	31-40 Tahun	29	36%
3	41-50 Tahun	14	18%
4	>50 Tahun	16	20%
	Total	80	100%

Suber : Hasil Kuisisioner Responden 2024

Berdasarkan data pada tabel 2 Diatas menunjukkan bahwa 80 responden maka responden terbesar dalam penelitian ini adalah antara 31-40 tahun yaitu 36% atau sebanyak 29 orang, responden yang berusia 20-30 tahun berjumlah 26% atau sebanyak 21 orang, responden yang memiliki usia 41-50 tahun yaitu 18% atau sebanyak 14 orang, responden yang berusia >50 yaitu 20% atau sebanyak 16 orang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia konsumen Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu adalah 31-40 Tahun.

Tabel 3.

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Wiraswasta	11	14%
2.	Petani	42	53%
3.	Lainnya	27	34%
	Total	80	100%

Suber : Hasil Kuisisioner Responden 2024

Berdasarkan data pada tabel 3 Diatas menunjukkan bahwa 80 responden yang telah diteliti maka yang terbanyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai petani yaitu 53% atau sebanyak 43 orang, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wirasuwasta yaitu 14% atau sebanyak 15 orang, responden yang memiliki pekerjaan lainnya yaitu 27d% atau sebanyak 22 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai besar pekerjaan konsumen Travel Holidaya Angkasa Wisata Bengkulu adalah petani

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner, kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner tersebut valid dapat digunakan koifisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5%(Syamsurizal 2020), berikut data validitas :

Tabel 4.

Hasil Penguji Validitas

Variabel	Indikato r	r tabel	r hitung	sig	a (0,5)	Ket
Promosi (X1)	X1.1	0,217	0,656	0,01	0,05	Valid
	X1.2	0,217	0,604	0,01	0,05	Valid
	X1.3	0,217	0,578	0,01	0,05	Valid
	X1.4	0,217	0,367	0,01	0,05	Valid
	X1.5	0,217	0,448	0,01	0,05	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,217	0,663	0,01	0,05	Valid
	X2.2	0,217	0,696	0,01	0,05	Valid
	X2.3	0,217	0,748	0,01	0,05	Valid
	X2.4	0,217	0,737	0,01	0,05	Valid
	X2.5	0,217	0,706	0,01	0,05	Valid
Minat (Y)	Y1.1	0,217	0,666	0,01	0,05	Valid
	Y1.2	0,217	0,610	0,01	0,05	Valid
	Y1.3	0,217	0,736	0,01	0,05	Valid
	Y1.4	0,217	0,477	0,01	0,05	Valid
	Y1.5	0,217	0,578	0,01	0,05	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS tahun 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa semuaa item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki

Sig <0,05 dan nilai r hitung > r Tabel sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Realibilitas adalah dasar digunakan untuk memahami seberapa besar instrumen dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan dapat memberikan informasi yang sebenarnya sesuai dengan dilapangan. Instrumen padapenelitian ini dapat dikatakan reliabel ketika digunakan sampai berkali-kali dalam mengukur objek yang sama sehingga mendapatkan data yang sama pula. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60 yaitu apabila penelitian ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilakn kesimpulan yang sama(Sugiono 2020). Berikut ini uji *Cronbach Alpha* pada penelitian ini :

Tabel 5.  
Hasil Penguji Reabilitas

Variabel	Nilai aplaha Cronbach	Keterangan
Promosi (X1)	0,309	Realibel
Harga (X2)	0,754	Realibel
Minat (Y)	0,580	Realibel

Sumber: Hsil Output SPSS,2024

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil analisis uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel promosi sebesar  $0,309 > 0,60$ , variabel harga  $0,754 > 0,60$ , dan variabel minat  $0,580 > 0,60$ . Sehingga di simpulkan bahwa setiap pernyataan dari variabel yang digunakan adalah reliabel.

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui sejauhmana variabel promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap minat jamaah umroh (Y). Hasil analisis persamaan regresi berganda yaitu  $Y = -.291 + .458X_1 + .495X_2 + e$ . persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta minat (Y) bernilai positif sebesar .291, yang menyatakan bahwa jika variabel  $X_1$  dan  $X_2$  sama dengan nol, maka minat jamaah -.291. Nilai koefisien regresi promosi ( $X_1$ ) positif besar 0,458, hal ini menunjukkan jika variabel promosi meningkat 1%, maka minat jamaah akan meningkat sebesar 0,458 atau 45,8%. Sebaliknya, jika terjadi

penurunan  $X_1$  maka minat jamaah akan menurun sebesar 0,458 atau 45,8%. Nilai koefisien harga ( $X_2$ ) positif sebesar 0,495, hal ini menunjukkan jika variabel pelatihan meningkat sebesar 1%, maka minat jamaah akan meningkat sebesar 0,495 atau 49,5%. Sebaliknya jika terjadi penurunan  $X_2$  maka minat jamaah umroh akan menurun sebesar 0,495 atau 49,5%.

Uji parsial (uji-t) dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara individu terhadap variabel terikat (Pratiwi and Ghozali 2012). Adapun hasil uji hipotesis secara parsial atau uji-t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6.  
Hasil Uji Hipotesis Parsial (t)

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
	(Constant)	-.291	2.419		-.120	.905	
	promosi	.458	.139		.319	3.303	.001
	harga	.495	.100		.477	4.938	<.001
a. Dependent variabel minat							

Sumber: Hsil Output SPSS,2024

Berdasarkan tabel 6 (Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda) diatas dapat diketahui persamaan regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = -0,291 + 0,458x_1 + 0,495x_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar -0,291 artinya jika kualitas promosi dan harga nilainya konstan maka keputusan pembeli nilainya adalah -0,291. Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,458 bertanda positif artinya promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,495 bertanda positif dan artinya harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu.

Uji f bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan (Pratiwi and Ghozali 2012). Adapun hasil uji simultan (uji f) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7.

Hasil Uji Simultan (uji f)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	333.912	2	166.956	37.890	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	339.288	77	4.406		
	Total	673.200	79			
a. Dependent Variable: minat						
b. Predictors: (Constant), harga, promosi						

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 7, nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap  $Y$  adalah  $0,001 < 0,05$  yang berarti berpengaruh secara signifikan terhadap minat jamaah umroh. Uji determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui presentase dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun nilai koefisien determinasi yaitu 0-1. Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 1, maka terikat. Selanjutnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, maka variabel bebas tidak mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat.

Tabel 8

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 <sup>a</sup>	.496	.483	2.09913
a. Predictors: (Constant), harga, promosi				

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024

Hasil pengujian regresi linier berganda tabel 8 menunjukkan bahwa nilai dari koefisien determinasi atau R square ( $R^2$ ) sebesar 0,496. Jadi dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel minat ( $Y$ ) adalah

sebesar 46.6%. sedangkan sisahnya itu 50,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Pembahasan

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda diperoleh nilai sig 0,001 hal ini menunjukkan secara parsial nilai 0,001 lebih kecil dari  $\alpha$  0,005 hal tersebut berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu. Variabel promosi merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi minat jamaah umroh, promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan (Kustin, dkk. 2022). Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hendi prihanto dengan Prisila damayanti bahwa variabel promosi itu berpengaruh terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu (Prihanto and Damayanti 2022)

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda diperoleh nilai sig 0,001 hal ini menunjukkan secara parsial nilai 0,001 lebih kecil dari  $\alpha$  0,005 hal tersebut berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu. Variabel harga merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi minat jamaah umroh, harga adalah suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa (Puluala 2021). Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh rita taroreh bahwa variabel harga berpengaruh terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu (Taroreh 2014).

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda Uji F untuk pengaruh variabel promosi dan variabel harga secara simultan diperoleh nilai sebesar nilai signifikan 0,001 yang lebih kecil dari  $\alpha$  0,005 hal ini menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh promosi dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata bengkulu. Variabel promosi dan variabel harga merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi minat jamaah umroh, harga dan promosi adalah ujung tombak untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan harapan penjualan akan meningkat (Kevin and Carsana 2020). Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh aslakhul fatih bahwa variabel promosi dan variabel harga berpengaruh terhadap minat jamaah umroh pada travel holiday angkasa wisata benkulu (Fathi 2021).

Hasil analisis koefisien determinasi  $r$  square variabel promosi dan variabel harga itu berpengaruh terhadap minat sebesar 49,6%. Sedangkan sisahnya sebesar 50,4% (100%-49,6%) yang di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini.

## SIMPULAN

Variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat jamaah umroh pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan  $0,001 < \alpha < 0,005$ . Variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat jamaah pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan  $0,01 < \alpha < 0,05$ . Variabel Promosi dan Variabel Harga secara simultan berperpengaruh secara signifikan terhadap minat, ditunjukkan dengan nilai signifikan  $0,01 > \alpha > 0,05$ . Variabel promosi dan variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat jamaah travel holiday angkasa wisata bengkulu sebesar 49,6% selebihnya sebesar 50,4% itu dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Faqih, Muhamad. 2021. "Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Mobile Learning Berbasis Android Dalam Pembelajaran Puisi." *Konfiks Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia* 7(2):27–34. doi: 10.26618/konfiks.v7i2.4556.
- Fathi, Aslakhul. 2021. *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada PT Nur Islami Travel Jakarta Utara*.
- Jatmiko, Wahyu, and Rahmat Gernowo. 2014. "ANALISIS KORELASI CITRA DATA PRIMER DENGAN DATA SEKUNDER MENGGUNAKAN CITRA GRID ANALYSIS AND DISPLAY SYSTEM (GrADS)." *Youngster Physics Journal* 2(1):63–70.
- Kevin, David, and Yudi Carsana. 2020. "Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang." *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, Vol.3, No.1, 2020: 1-13* 3(1):1–13.
- Ono, Sugi. 2020. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation." *Jurnal Keterampilan Fisik* 5(1):55–61. doi: 10.37341/jkf.v5i1.167.
- Pratiwi, Ririh Dian, and Imam Ghozali. 2012. "Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2009)." *Media Ekonomi Dan Teknologi Informasi* 20(2):1–15.
- Prihanto, Hendi, and Prisila Damayanti. 2022. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah." *Journal of Management and Business Review* 19(1):29–48. doi: 10.34149/jmbr.v19i1.314.
- Puluala, Muhammad Gustavo. 2021. "E-Mail: Abstrak." 1(1):1–9.
- Purnawijaya, Fregrace Meissy. 2019. "Pengaruh Displin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap

- Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya." *Jurnal Agora* 7(1):6.
- Purwanto, Nfn. 2019. "Variabel Dalam Penelitian Pendidikan." *Jurnal Teknodik* 6115:196–215. doi: 10.32550/teknodik.v0i0.554.
- Rahayu, Indry Yani, Erma Mega Cahyaningsih, M. Syakroni, and Kustin Hartini. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Takaful Dalam Program Asuransi Pendidikan Anak." *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* 4(2):432–44. doi: 10.36085/jam-ekis.v4i2.2943.
- Syaifuddin, A. A., E. Mufidah, and ... 2020. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Si Umroh Dan Si Haji Di BMT Mega Bintang Sejahtera Baureno." *Sharf: Jurnal ...* 1(2):1–14.
- Syamsurizal. 2020. "Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur." *Jurnal Osf* 1–11.
- Taroreh, Rita. 2014. "Promosi, Harga Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike Di Toko Akbar Ali Sport Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2(2):1381–92.
- Tunas, P. T., and Armindo Wisata. 2008. "Oleh : Muhammad Fahmi JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH STRATEGI PROMOSI IBADAH UMROH RAMADHAN PT . TUNAS ARMINDO WISATA DEPOK."