

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).¹ Metode kuantitatif ini cocok untuk mengkaji rumusan masalah penelitian ini.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat asosiatif dan berusaha mengukur pengaruh antar variabel. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.² Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X1, X2, X3) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah persepsi kualitas produk (X1), besaran premi (X2), strategi pemasaran (X3), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan nasabah.

¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta:PT Indeks, 2009), h.11

² Sugiyono, *Metode penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2012), h.11.

B. Populasi, Sampling dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³

Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota nasabah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *random sampling*. *Random sampling* yaitu suatu sampel yang terdiri atas sejumlah elemen yang dipilih secara acak, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.⁴

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah anggota nasabah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung yang memilih produk Asuransi Syariah. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin:⁵

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

³ Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.119.

⁴ Sugiono, *Metode penelitian Pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal.124.

⁵ Consuelo G. Sevilla, *Research Methods*, (Quezon City: Rex Printing Company, 2007), h. 182.

dimana

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang bisa digunakan untuk memperoleh, mengolah data informasi yang diperoleh dari responden. Suatu instrumen bisa dikatakan baik harus memenuhi lima kriteria yaitu, validitas, reliabilitas, sensitivitas, objektivitas, dan fasilitas.⁶

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Rujukan
1.	Persepsi Kualitas Produk	a. Kinerja b. Daya tahan c. Kesuaian dengan spesifikasi d. Kesan Kualitas	Dikutip dari Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude, Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global, (Jakarta: Erlangga, 2005), h.

⁶ Sofyan Siregar, Statistik Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 75.

			422.
2.	Besaran Premi	a. Manfaat perlindungan premi b. Umur c. Pekerjaan d. Kesehatan	Sertifikasi Keagenan Asuransi Jiwa Produk Unit Link – Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI).
3.	Strategi Pemasaran	a. <i>Price</i> b. <i>Place</i> c. <i>Product</i> d. <i>Promotion</i>	Basu Swastha, <i>Manajemen Pemasaran</i> , Edisi Kedua, Cetakan Kedelapan, Jakarta: Penerbit Liberty, 2002), h. 42
4.	Keputusan Nasabah	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Keputusan Pembelian d. Perilaku Pascapembelian	Tatik Suryani, <i>Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran</i> , (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 149.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang di dapat dari AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala Linkert 5 poin.⁷ Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena atau objek tertentu.⁸ Jawaban responden terhadap pertanyaan pada penelitian ini dengan memberikan tanda silang (X) atau ceklis (✓) pada alternatif jawaban. Dalam penelitian ini, skala penelitian yang digunakan adalah skala Likert dengan bentuk pernyataan positif, yakni:

⁷ *Ibid*, h. 136.

⁸ *Ibid*.

Tabel 3.2
Skala Likert

NO.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.⁹ Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah persepsi kualitas produk (X1), besaran premi (X2), Strategi Pemasaran (X3), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan nasabah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner terdiri atas dua jenis, yakni kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yakni pertanyaan dan pernyataan yang diberikan kepada

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2013), h. 159.

responden dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuesioner jenis ini tidak diberi kesempatan untuk responden mengeluarkan pendapat. Kuesioner ini diberikan langsung kepada anggota nasabah asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

2. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial. pada intinya penelitian dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, kenang-kenangan laporan-laporan, dan sebagainya.¹⁰

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 16. Adapun tahapan-tahapan Analisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut . Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

¹⁰ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta : Rineka Cipta.2013), h: 274

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian kuesioner juga perlu diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi, apabila model regresi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regresi diturunkan dari distribusi normal. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas model regresi. Dasar pengambilan keputusan Uji Normalitas:

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$
- b. Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji Asumsi Klasik terdiri dari :¹¹

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan Varianceinflationfactor (VIF), nilai tolerance yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya.

b. Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya, Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dengan ketentuan sebagai berikut:

¹¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2006) h. 91-113

- 1) $-2 < DW < 2$ = tidak ada autokorelasi.
- 2) Angka DW dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- 3) Angka DW diatas +2, berarti ada autokorelasi negatif

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit.

d. Uji Analisis Regresi

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk, Besaran Premi, Strategi Pemasaran.

$$\text{Rumus : } Y = a + b x_1 + b x_2 + b x_3$$

Keterangan :

Y : kepuasan nasabah

a : konstanta

x_1 : Kualitas Produk

x_2 : Besaran Premi

x_3 : Strategi Pemasaran

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4 (Kualitas Produk, Besaran Premi, Strategi Pemasaran benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) secara terpisah atau parsial.

Ho diterima: apabila T dihitung $< T$ tabel, berarti bahwa karakteristik *syariah marketing* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di AJB Bumipuetra 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

Ho tidak dapat diterima: apabila T dihitung $> T$ tabel, artinya bahwa karakteristik *syariah marketing* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di AJB Bumipuetra 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah pengaruh karakteristik *syariah marketing* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di AJB Bumipuetra 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

Ho diterima: apabila F hitung $< F$ tabel, berarti bahwa karakteristik *syariah marketing* sangat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di AJB Bumipuetra 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

Ho tidak diterima: apabila F dihitung > F tabel, artinya bahwa pengaruh karakteristik *syariah marketing* tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di AJB Bumipuetra 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan presentasi. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 yaitu, 0 ≤ R² ≤ 1. Jika nilai koefisien determinasi kecil maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$