

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistik. Karenanya dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.⁵⁹

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan klausal, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas diferensiasi

⁵⁹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) hal 184.

produk (X_1), promosi (X_2), dan citra perusahaan (X_3), terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Y).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer yakni untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.⁶⁰

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang memilih program atau produk asuransi syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung, adapun produk-produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung yaitu mitra iqra' plus, mitra mabrur plus, mitra amanah, mitra BP-LINK syariah, dan AJSB assalam. Setelah peneliti mendapat data jumlah nasabah dari Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung ternyata jumlah nasabah yang memilih produk Asuransi Syariah mencapai 4.091 nasabah.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶¹ Tujuan menggunakan sampel dalam penelitian ini adalah untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis data. Untuk menentukan

⁶⁰ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010) hal 144.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013) hal 81.

data pengambilan sampel maka digunakan metode pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *Probability sampling* dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk menjadi anggota sampel.⁶² Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dimana dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (satu macam).

Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting di dalam penelitian. Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

$$n = \frac{4091}{1 + (4091 \cdot 0,01)}$$

$$n = 97,61$$

Dimana: n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan⁶³

⁶² *Ibid*, hal 82.

⁶³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013) hal 34.

Dalam penelitian ini, perkiraan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi 4.091 nasabah maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 97,61 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 98 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana asalnya data dapat diperoleh. Sumber data terdiri dari data utama dalam bentuk kata-kata atau ucapan atau perilaku orang-orang yang diamati dan diwawancarai.⁶⁴ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau orang yang memakai data tersebut. Data primer ini diperoleh secara langsung dengan menggunakan angket yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari nasabah Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.

2. Variabel

Pengertian variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif

⁶⁴ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*. (Surabaya: Elkaf, 2006), hal 131.

yang dapat berubah-ubah nilainya. Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah/memengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut dengan variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau *antecedent*.⁶⁵ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Produk (X_1), Promosi (X_2), dan Citra Perusahaan (X_3)

- 1) Produk merupakan strategi produk berupa jasa yang dihasilkan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung (X_1).
- 2) Promosi merupakan cara-cara nasabah dalam menerima informasi mengenai produk yang ditawarkan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sebagai kegiatan pemasaran (X_2).
- 3) Citra Perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung (X_3).

b. Variable terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan nasabah memilih Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung (variabel Y).

⁶⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*.... Hal 10.

3. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁶ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket yang menggunakan skala likert dengan 5 opsi jawaban. Berikut adalah pilihan jawaban dengan menggunakan skala Likert.

5 = Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

4 = Setuju (S) diberi skor 4

3 = Netral (N) diberi skor 3

2 = Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

1 = Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan datanya. Metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian adalah menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab sehingga peneliti mendapatkan jawaban atau tanggapan dari responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: ALFABETA, 2016) hal.136.

kuesioner tertutup. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.⁶⁷

2. Instrument Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, oleh karena itu harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁶⁸ Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Jumlah instrument penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.

Instrumen penelitian biasa disebut dengan alat ukur penelitian untuk mengumpulkan data yang diinginkan. Berikut adalah instrumen penelitian dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Produk (X_1) Menurut Kotler, produk adalah apa saja yang dapat di tawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. ⁶⁹	a. Kualitas b. Merek c. Bentuk atau Model d. Jaminan e. Pengembalian	Diukur dengan menggunakan skala Likert

⁶⁷ *Ibid*, hal 21.

⁶⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian....*, hal 30.

⁶⁹ Rhenalt Kasali, Dkk, *Modul Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2010) hal 152-154.

2.	Promosi (X ₂) Menurut tjiptono, promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. ⁷⁰	a. Periklanan b. Penjualan Pribadi c. Publisitas d. Pemasaran Langsung e. Promosi Penjualan	Diukur dengan menggunakan skala Likert
3.	Citra Perusahaan (X ₃) Menurut Kotler dalam Firsan Nova, Pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu. ⁷¹	a. <i>Personality</i> b. <i>Reputation</i> c. <i>Value</i> d. <i>Corporate identity</i>	Diukur dengan menggunakan skala Likert
4.	Keputusan Memilih (Y) Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan. ⁷²	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian	Diukur dengan menggunakan skala Likert

Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrument, maka perlu digunakan “matrik

⁷⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, cet ke 1 (Yogyakarta: Andi Offset, 2001) hal 219.

⁷¹ Firsan Nova, *CRISIS Publik Relations: strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) hal 298-299.

⁷² Schiffman Leon dan Kanuk Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen Edisi 7*, terj. Zoelkifli Kasip, (Jakarta: PT Indeks, 2008) hal 485.

pengembangan instrument” atau “kisi-kisi instrumen”.⁷³ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket yang menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁷⁴

Peneliti perlu membuat kisi-kisi instrumen untuk memudahkan penyusunan pernyataan. Maka berikut adalah kisi-kisi instrumen penelitian dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel penelitian	Indikator	Item pernyataan	No
			Item
Produk (X ₁)	a. Kualitas	Produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung memiliki kelebihan yang berbeda dari produk Asuransi lain.	1
	b. Merek	Pemberian nama pada produk-produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung mudah dipahami dan menarik.	2
	c. Bentuk atau model	Model dan kemasan buku polis pada produk-produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sangat bagus dan menarik.	3
	d. Jaminan	Produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sesuai dengan prinsip Islam dan terjamin keamanannya.	4
	e. Pengembalian	Produk Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung sangat bermanfaat dan sesuai dengan	5

⁷³ Umarm H, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal 103.

⁷⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian....*, hal 25.

		kebutuhan nasabah.	
Promosi (X ₂)	a. Periklanan	Nasabah mendapat info terkait produk-produk asuransi syariah dari brosur yang dibuat oleh pihak Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.	6
	b. Penjualan Pribadi	Agen asuransi syariah atau <i>customer service</i> melakukan komunikasi langsung dengan nasabah terkait produk asuransi syariah yang ditawarkan secara rinci.	7
	c. Publisitas	Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung ikut mensponsori acara-acara social seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya guna mempromosikan produknya.	8
	d. Pemasaran Langsung	Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung menggunakan media surat, telepon dan alat kontak nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi dengan nasabah dalam mempromosikan produknya.	9
	e. Promosi penjualan	Berbagai macam bonus yang diberikan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Asuransi Syariah	10
Citra Perusahaan (X ₃)	a. <i>Personality</i>	Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung merupakan perusahaan yang dipercaya masyarakat sejak lama	11
		Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung merupakan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dalam masyarakat.	12
	b. <i>Reputation</i>	Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah.	13

	<i>c. Value</i>	Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung selalu peduli terhadap nasabah dan cepat tanggap terhadap keluhan para nasabah.	14
	<i>d. Corporate Identity</i>	Nasabah mudah mengenali Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung lewat logo/symbol dan slogannya.	15
Keputusan Memilih (Y)	a. Pengenalan Masalah	Dalam memenuhi kebutuhan akan jaminan resiko kehidupan dan kesehatan, nasabah merasa perlu menggunakan produk asuransi syariah.	16
	b. Pencarian Informasi	Sebelum memutuskan untuk menggunakan produk asuransi syariah, nasabah merasa perlu untuk mencari informasi mengenai produk tersebut.	17
	c. Evaluasi Alternatif	Setelah mendapat informasi tentang produk-produk asuransi syariah, nasabah merasa perlu untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan dengan teliti sebelum mengambil keputusan menggunakan produk tersebut.	18
	d. Keputusan Pembelian	Nasabah menganggap bahwa keputusan menggunakan produk asuransi syariah merupakan keputusan yang tepat.	19
	e. Perilaku Pasca Pembelian	Nasabah merasa puas telah menggunakan produk asuransi syariah karena dapat memenuhi kebutuhan akan jaminan risiko kehidupan dan kesehatan.	20

E. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.⁷⁵ Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.⁷⁶ Sehingga, peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan.

Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur.⁷⁷ Selanjutnya validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap instrument benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal 142.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif....*, hal 147.

⁷⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian....*, hal 46.

Validitas dapat diukur dengan cara bila korelasi (*corrected item total*) setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.⁷⁸

Sedangkan uji reliabilitas adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁷⁹ Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6.

Teknik *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Triton berpendapat sebagaimana dikutip Sujianto, jika skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁸⁰

- 1) Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

⁷⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustaka, 2009), hal. 96.

⁷⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 87.

⁸⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0 ...*, hal. 97.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 18.0 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal.

H_1 = data berdistribusi normal.

Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

Dalam menguji normalitas, metode yang digunakan adalah metode Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai sig. atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka distribusi adalah normal.⁸¹

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum analisis regresi berganda dilakukan, maka harus melaksanakan persyaratan pada uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan beberapa uji yaitu:

a. Uji Multikolineritas

Pengujian terhadap multikolineritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka

⁸¹ *Ibid.*, hal.78.

sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. Heteroskedasitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskeditas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskeditas pada suatu model dapat dilihat dari pola tertentu pada grafik. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika pada pola tertentu, seperti titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskeditas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskeditas.⁸²

⁸² Santoso, *Mengatasi Berbagai Permasalahan Statistik Dengan SPSS Versi 11,5*. (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2004) hal 210.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Setelah data penelitian berupa jawaban dari responden atas kuesioner yang telah dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y = variable terikat

a = bilangan konstanta

b = koefisien variable

X₁ = variabel produk

X₂ = variabel promosi

X₃ = variabel citra perusahaan

5. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (produk, promosi, dan citra perusahaan) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah memilih asuransi syariah).

Rumus:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji-t

Uji t (koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y).⁸³ Apabila t_{hitung} masing-masing variabel bebas, yaitu produk, promosi, dan citra perusahaan lebih besar dari t_{hitung} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁸³ Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 1.*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hal. 149.

H_1 : artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya H_0 diterima dan menolak H_1 . Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya H_0 ditolak dan menerima H_1 .

b. Uji-F

Uji-F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara produk, promosi dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 = artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima, apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$. Dan H_1 diterima, apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai dari uji validitas sampai dengan uji F, maka peneliti menggunakan software pengolahan data SPSS 18.00.