

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain 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 yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif (Prasetyo & Jannah, 2005).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dilaksanakan. Penelitian akan dilaksanakan di kantor PT Asuransi Syariah Takaful Keluarga Yogyakarta yang berlokasi di jalan Gedongkuning No. 120 A, Rejowinangun, Kec. Kotagede, Kota Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Perkiraan lama waktu yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah 1 bulan yaitu pada bulan juli 2019.

D. Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah apa yang akan diselidiki dalam kegiatan penelitian. Obyek adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia. Apabila dilihat dari sumbernya, obyek dalam penelitian kualitatif menurut Spradley disebut *social situation* atau situasi social yang terdiri dari

tiga elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2007).

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya merupakan masyarakat kota Yogyakarta yang sedang menggunakan atau menjadi nasabah produk asuransi pendidikan dari PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sample adalah Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* atau mewakili (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini berjumlah 50 nasabah asuransi Fulnadi takaful keluarga Gedong Kuning, Yogyakarta. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan populasi atau studi sensus. Pendekatan populasi adalah penelitian dimana semua populasi yang ada dalam wilayah penelitian diteliti semua. Studi atau penelitian seperti ini disebut studi populasi atau studi sensus (Suharsimi, 2006)

F. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana suatu data dapat diperoleh (Arikunto, 2006). Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Sumber data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat mana data bisa didapatkan. Jika peneliti memakai kuisisioner atau wawancara

didalam pengumpulan datanya, maka sumber data itu dari responden, yakni orang yang menjawab pertanyaan peneliti, yaitu tertulis ataupun lisan. Sumber data berbentuk responden ini digunakan didalam penelitian.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti (Umar, 2003) Sumber data adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari jawaban responden yaitu nasabah asuransi pendidikan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku, diperoleh berdasarkan catatan – catatan, diperoleh dari internet yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, (Ghozali, 2006)2005).

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu dengan cara kuisioner dan studi pustaka.

1. Kuisisioner

Metode kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada responden tentang masalah yang akan dibahas. Peneliti akan membagikan 50 kuisisioner kepada nasabah PT asuransi pendidikan Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

H. Definisi Konseptual Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun & Effendi, 2008). Sedangkan definisi operasional adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bila indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati (Azwar, 2007). Berdasarkan pengertian tersebut maka definisi konseptual dan operasional dalam penelitian ini yaitu :

a. Persepsi Ekuitas Merek

Ekuitas merek menurut (Aaker, 1996) adalah seperangkat asosiasi dan perilaku yang dimiliki oleh pelanggan merek, anggota saluran distribusi, dan perusahaan yang memungkinkan suatu merek mendapatkan kekuatan, daya tahan, dan keunggulan yang membedakan dengan para pesaing. Indikator yang diperhatikan pada variabel ekuitas merek yaitu:

- 1) Kemampuan mengenal macam-macam produk
- 2) Kemampuan mengenali label atau merek
- 3) Kemampuan mengingat label atau merek
- 4) Reputasi merek
- 5) Loyalitas terhadap merek

b. Persepsi Nilai Kontribusi

Dalam sistem perasuransian syariah, biaya premi asuransi disebut juga dengan nilai kontribusi asuransi. Nilai kontribusi asuransi adalah iuran yang harus dibayar setiap bulan (atau setiap tahun) sesuai

dengan kewajiban nasabah asuransi (sebagai tertanggung) atas keikutsertaan program asuransi. Indikator yang diperhatikan pada variabel nilai kontribusi yaitu:

- 1) Besar nilai kontribusi terjangkau sesuai dengan kemampuan nasabah
- 2) Besar nilai kontribusi sesuai dengan kualitas yang ditawarkan
- 3) Jangka waktu kontribusi sesuai dengan kebutuhan nasabah
- 4) Perbandingan dengan merek lain.

c. Persepsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik (Lupiyoadi, 2006). Menurut Lupiyoadi (2006) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), empati (*Empathy*), dan jaminan (*Assurance*) dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Kejelasan informasi secara jelas dan mudah untuk dimengerti.
- 2) Kemudahan prosedur administrasi pembayaran premi.
- 3) Keramahan para karyawan ketika melayani pemegang polis.
- 4) Reaksi cepat tanggap terhadap keluhan pemegang polis.

d. Kepuasan Nasabah

Pengertian Kepuasan konsumen (nasabah) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 1997) Indikator yang digunakan pada variabel kepuasan nasabah adalah :

- 1) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah.
- 2) Nasabah mendapatkan manfaat sesuai dengan harapan.
- 3) Kemudahan dalam menjangkau lokasi asuransi.
- 4) Kemudahan dalam proses pendaftaran dan proses klaim.
- 5) Kemudahan dalam transaksi.

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2013).

Instrumen atau alat ukur pada penelitian ini adalah angket atau kuisioner yang berisi butir – butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para subyek penelitian. Penyusunan angket atau kuisioner tersebut didasarkan pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian dikembangkan dalam indikator indikator dan selanjutnya dikembangkan dalam butir butir pertanyaan. Kisi kisi angket pada penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item Pertanyaan
Persepsi ekuitas merek X1	1. Kemampuan untuk mengenal macam-macam merek produk	1.1
	2. Kemampuan mengenali label atau merek	1.2
	3. Kemampuan mengingat label atau merek	1.3
	4. Reputasi merek	1.4
	5. Loyalitas terhadap merek	1.5
Persepsi nilai kontribusi X2	1. Nilai kontribusi terjangkau	2.1
	2. Nilai kontribusi sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	2.2
	3. Jangka waktu kontribusi sesuai dengan kebutuhan nasabah	2.3
	4. Perbandingan dengan produk lain	2.4

Persepsi kualitas pelayanan X3	1. Kejelasan informasi secara jelas dan mudah untuk dimengerti 2. Kemudahan prosedur administrasi pembayaran premi 3. Keramahan para karyawan ketika melayani pemegang polis 4. Reaksi cepat tanggap terhadap keluhan pemegang polis	3.1 3.2 3.3 3.4
Kepuasan Nasabah Y	1. Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan nasabah 2. Nasabah mendapatkan manfaat sesuai dengan harapan 3. Kemudahan dalam menjangkau lokasi asuransi 4. Kemudahan dalam proses pendaftaran dan proses klaim 5. Kemudahan dalam transaksi	4.1 4.2 4.3 4.4 4.5

Pemberian skor terhadap masing masing pertanyaan menggunakan skala yang terdiri dari 11 tingkatan dimulai dari 0 yaitu tidak setuju sampai ke 10 yaitu sangat setuju.

J. Metode Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013). Metode analisis data merupakan tahapan proses penelitian dimana data yang sudah dikumpulkan disusun untuk diolah dalam rangka menjawab rumusan masalah. Pada metode analisis data kuantitatif terdapat 3 tahapan yang harus dialalui yaitu manajemen data, *entry* data dan *performing statistic*.

1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2008) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan.

2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Untuk mendapatkan data kuisisioner yang valid dan reliabel, kita perlu melakukan uji validitas dan uji reabilitas untuk memastikan bahwa data tersebut dapat digunakan pada penelitian.

a. Uji Validitas

Menurut Kusaeri (2012) validitas adalah ketepatan (*appropriateness*), kebermaknaan (*meaningfull*) dan kemanfaatan (*usefulness*) dari sebuah kesimpulan yang didapatkan dari interpretasi skor tes.

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item dinyatakan valid. Dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, dan uji multikolonieritas. Apabila uji asumsi klasik sudah terpenuhi, maka analisis regresi bisa dilakukan.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

Alat uji K-S ini sudah terdapat di dalam program SPSS.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2006) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* mendekati angka

satu dan VIF di bawah angka 10 maka regresi bebas dari multikolinieritas.

b. Uji Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk melihat pengaruh antara dua atau lebih variabel. Hubungan variabel tersebut bersifat fungsional yang diwujudkan dalam suatu model matematis. Pada analisis regresi, variabel dibedakan menjadi dua bagian, yaitu variabel respons (*response variabel*) atau biasa juga disebut variabel bergantung (*dependent variabel*) dan variabel *explanory* atau biasa disebut penduga (*predictor variabel*) atau disebut juga variabel bebas (*independent variabel*) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama terhadap satu variabel terikat (Sugiyono, 2008). Pada penelitian ini persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah asuransi pendidikan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

a = konstanta

b₁ = Koefisien regresi linear berganda antara X₁ dan Y

b₂ = Koefisien regresi linear berganda antara X₂ dan Y

b₃ = Koefisien regresi linear berganda antara X₃ dan Y

X₁ = Persepsi ekuitas merek

X₂ = Persepsi nilai kontribusi

X₃ = Persepsi kualitas pelayanan

e = koefisien error

1) Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) yaitu persepsi ekuitas merek (X1) persepsi nilai kontribusi (X2), persepsi kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah (Y)

c. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yaitu persepsi ekuitas merek, persepsi nilai kontribusi dan persepsi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah hipotesis H_{a1} , H_{a2} , H_{a3} , dengan prosedur penelitian sebagai berikut:

- a) H_a diterima, jika nilai koefisien regresi bernilai > 0 , atau nilai Signifikansi t hitung adalah $< 0,05$ (5%)
- b) H_a ditolak, jika koefisien regresi bernilai ≤ 0 atau nilai Signifikansi t hitung adalah $> 0,05$ (5%)

2) Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel independen yaitu persepsi ekuitas merek, persepsi nilai kontribusi, persepsi kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikansi berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah hipotesis ke 4 (H_{a4}).