

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian yang dilakukan kali ini dilakukan dengan jenis pendekatan penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah penelitian dengan melibatkan tindakan saat pengumpulan data yang digunakan guna menentukan apakah antara satu variabel atau lebih memiliki hubungan.¹ Data yang diambil pada penelitian kali ini dengan menggunakan data primer, data primer sering disebut data utama atau data yang diajukan langsung dengan cara pemberian kuesioner kepada responden.

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif sering kali juga disebut sebagai metode untuk penelitian yang didasarkan oleh filsafat positif yang banyak dipakai peneliti untuk meneliti sampel atau populasi.² Penelitian kali ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu suatu teknik untuk menentukan sampel secara acak serta pengumpulan data menggunakan cara instrumen penelitian.³

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁵ Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel

¹ Muh Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Tindakan Kelas & Study Kasus*, (Jawa Barat : CV Jejak, 2017)

² Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, 18.

³ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : 2016)

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 148.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 149.

adalah *random sampling* (sampel acak) dengan jenis sampel acak sederhana yaitu pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.⁶ Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kepercayaan 90% dan tingkat kekeliruan 10%.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat ketelitian

Dimana :

$$n = \frac{2100}{1 + 2100 (0.1)^2} = 95,45 = 95 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan demikian, sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 nasabah atau $n = 95$.

C. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama adalah promosi penjualan dan variabel independen kedua adalah hubungan masyarakat, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan nasabah.

Adapun dimensi dari variabel promosi penjualan adalah ; komunikasi, insentif, kualitas promosi, kuantitas promosi, invitasi. Sedangkan dimensi dari variabel hubungan masyarakat antara lain adalah ; hubungan pers, publisitas produk, komunikasi perusahaan, bimbingan. Dimensi dari variabel keputusan nasabah adalah ; kognisi, konasi, emosi. Analisis ketiga variabel penelitian ini adalah mengukur implikasi minat nasabah.

D. Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel penelitian secara sistematis dioperasinalisasikan sebagai berikut:

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 152.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi Penjualan (X1) ⁷	Promosi penjualan merupakan salah satu cara untuk menarik nasabah untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan .	1. Komunika si	a. Memberikan informasi yang dapat diterima nasabah untuk menyimpan dana.	
			b. Mempengaruhi perhatian nasabah dalam memilih produk asuransi syariah.	
		2. Intensif	a. Memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan.	
			b. Memberikan insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan jumlah saldo tertentu.	
			c. Memberikan tingkat bagi hasil khusus untuk nasabah yang menaruh jumlah dana yang relatif besar.	

⁷ Dewa, Chriswardana Bayu, Pengaruh Kualitas dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Perspektif Vol 16 No 1 (2018)

			d. Pemberian cinderamata, hadiah dan lainnya kepada nasabah yang setia.	
		3. Kualitas Promosi	a. Tolak ukur seberapa baik promosi penjualan produk asuransi syariah.	
			b. Jumlah promosi penjualan produk asuransi syariah .	
		4. Kuantitas Promosi	a. Nilai atau jumlah penjualan yang diberikan nasabah.	
		5. Invitasi	a. Nasabah mampu merealisasikan pembelian produk asuransi syariah.	
			b. Nasabah merasakan hasil produk asuransi syariah.	
Hubungan Masyarakat (X2) ⁸	Hubungan masyarakat merupakan suatu upaya	1. Hubungan Pers	a. Memberikan informasi yang pantas untuk dimuat di dalam surat kabar agar	

⁸ Ade dan Susanti, Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik, Jurnal STIE KBP, 2019

yang dilakukan perbankan agar nasabah mengenal prudential lebih dekat, dengan mengikuti kegiatan-kegiatan dan diharapkan akan menarik nasabah yang lain.			menarik perhatian publik terhadap seseorang produk atau jasa.	
			b. Mengadakan event-event atau seminar mengenai asuransi syariah.	
			c. Memberikan kemudahan dalam mengakses informasi perusahaan.	
			d. Pelayanan yang dilakukan oleh prudential syariah guna mencirikan citra suatu perusahaan.	
			e. Adanya identitas untuk mencirikan citra prudential syariah yang baik terhadap nasabahnya.	
	2. Publisitas produk	a. Mempublikasikan suatu produk secara khusus, misalkan dengan menggelar acara launching produk baru perusahaan.		

			b. Memberikan hasil dari mempublikasikan produk.	
		3. Komunikasi Perusahaan	a. Mencakup komunikasi internal maupun eksternal dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.	
			b. Memperkenalkan produk dengan media promosi yang menarik.	
		4. Bimbingan	a. Memberikan binaan pada nasabah tentang kendala-kendala yang dihadapi oleh nasabah untuk citra perusahaan.	
			b. Memberikan keseriusan dalam membimbing.	
Keputusan Nasabah (Y) ⁹	Keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan	1. Kognisi (gejala pengenalan)	a. Perusahaan mampu meyakinkan nasabah	
			b. Perusahaan menjalin hubungan	

⁹ Trifena dan Hikmah, Pengaruh Citra Merk, Periklanan dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT BPR dan FANINDO, Jurnal EMBA, Vol 8 No 1 (2020)

dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.	2. Konasi	dengan baik kepada nasabah	
		a. Memberikan kepercayaan kepada nasabah untuk berminat menjadi nasabah	
	3. Emosi	b. Adanya kemauan dalam memilih produk asuransi syariah	
		a. Memberikan kemudahan cara mendaftarkan sebagai nasabah	
		b. Meyakinkan perasaan nasabah untuk memilih produk asuransi syariah	

E. Teknik Pengumpulan Data

Mengadakan penelitian langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data melalui :

1. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi, tanpa penulis ikut dalam proses kerja.

2. Kuisisioner

Yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pernyataan dengan alternatif jawaban secara tertulis kepada nasabah. Teknik pertimbangan dalam pembobotan data menggunakan skala likert dari gradasi sangat positif sampai negatif; (5) sangat baik, (4) baik, (3) cukup baik, (2) kurang baik, (1) sangat kurang baik.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah instrumen data yang pengukurannya digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam tingkat kevalidan kuisisioner. Suatu item dikatakan valid apabila adanya hubungan yang signifikan dengan nilai totalnya, dan dapat menjelaskan data yang diteliti bahwa adanya dukungan item yang ingin diungkap. Uji validitas menggunakan bantuan program SPSS versi 22 dengan metode korelasi pearson dengan cara mengorelasikan semua skor item dengan skor totalnya. Cara pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid dengan taraf signifikansi $< 0,05$, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tidak valid dengan taraf signifikansi $> 0,05$.¹⁰

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas diartikan dapat dipercaya sehingga digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur menggunakan angket atau kuisisioner. Maksudnya apakah pengulangan penyebaran angket yang dihasilkan tetap konsisten jika pengukuran dilakukan kembali. Proses pengukuran penelitian menggunakan *Cronbach Alpha*, dengan batasan 0,6 maka instrumen dapat diartikan reliabel.¹¹

G. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang berhubungan dengan judul penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu untuk menganalisis pengaruh regresi dengan dua atau lebih variabel independent atau bebas dan satu variabel terikat. Adapun persamaan umumnya dirumuskan sebagai berikut:¹²

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_i X_i + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (pengambil keputusan)

a = konstanta

¹⁰Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET).52

¹¹Priyatno, 64.

¹²Riyanto and Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Pendidikan dan Eksperimen*, 140 - 141.

- b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi
- X_1 = variabel X_1
- X_2 = variabel X_2
- X_3 = variabel X_3
- X_i = variabel X_i
- e = residual atau eror

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel dependen. Koefisien yang bernilai kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.¹³

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik simultan yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen dengan taraf signifikansi $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ hal ini dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Begitupun sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi lebih besar dari $0,05$ maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁴

4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi $0,05$ dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} < t_{kritis}$ H_0 diterima. Apabila $t_{hitung} > t_{kritis}$ maka H_0 ditolak.¹⁵

5. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi, apakah variabel dependen dan independen memiliki penyebaran normal atau tidak dengan syarat pengambilan keputusan apabila penyebaran data disekitar garis diagonal dan searah dengan garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Akan tetapi data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak searah dengan garis diagonal maka data tidak berdistribusi secara normal.¹⁶

¹³Riyanto and Hatmawan, Riyanto and Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Pendidikan dan Eksperimen* 141.

¹⁴Sirilius Seran, *Metode Penelitian Ekonomi dan Sosial* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), 188 - 189.

¹⁵Dwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2013), 50-51.

¹⁶Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, 86.

6. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan antara dua variabel independen atau lebih yang membentuk hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna karena hubungan yang baik tidak adanya multikolinearitas.¹⁷

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Apabila semakin kecilnya nilai tolerance dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinearitas, namun sebaliknya jika nilai tolerance semakin besar dan VIF semakin rendah maka tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel-variabel independen dengan nilai tolerance 0,1 dan VIF sebesar 10.¹⁸

7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui pola titik-titik pada scatterplot. Apabila titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.¹⁹

8. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yaitu keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual untuk pengamatan yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak terjadi autokorelasi.²⁰ Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) dengan pengambilan keputusan berikut:

- $dU < dW$ 4- dU maka H_0 diterima, itu berarti tidak terjadi autokorelasi.

¹⁷Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS* (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), 56 - 57.

¹⁸Rahmat Hidayat and Devrina Resticha, "Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang pada Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Batam)" 3, no. 1 (2019): 40–52.

¹⁹Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, 60.

²⁰Romie Priyama, *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 131.

- $dW < dL$ atau $dW > 4-dL$ maka H_0 ditolak, terjadi autokorelasi.
- $dL < dW < dU$ atau $4-dU < dW < 4-dL$, artinya tidak ada kepastian.

