

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Seluruh aktifitas penelitian dilakukan di kantor PT. Asuransi Umum Mega. Seluruh tahapan aktifitas penelitian, mulai dari penyusunan usulan penelitian sampai penyerahan versi akhir laporan penelitian kepada pihak yang berkepentingan (PT. Asuransi Umum Mega), memerlukan waktu 3 bulan, yaitu antara Januari – Maret 2015.

3.2. Strategi dan Metode Penelitian

3.2.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Dalam hal ini, peneliti mengklasifikasi sejauh mana hubungan atau korelasi antara empat variabel, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek yang merupakan variabel bebas, dan minat beli yang merupakan variabel terikat.

3.2.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dimana data diperoleh melalui pendapat maupun tanya jawab dengan responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari data populasi tersebut, sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai karakter populasi.

Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional dimana metode tersebut menyajikan data mengenai hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli produk asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah mengajukan kuesioner langsung kepada pemegang polis asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara) dan data dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti (Indriatoro dan Supomo, 1999, p.146 - 147).⁵⁸ Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dipersiapkan. Data tersebut meliputi identitas responden, dan hal yang berkaitan dengan polis (isi perjanjian) nasabah yang menggunakan jasa pelayanan asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega.

Data Sekunder

Indriatoro dan Supomo (1999, p.147) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)⁵⁹. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Augusty Tae Ferdinand, 2006)⁶⁰. Populasi umum dalam penelitian ini adalah nasabah (pemegang polis) asuransi di PT. Asuransi Umum Mega, Pemegang polis yang

berarti sebagai pengguna jasa asuransi di PT. ASuransi Umum Mega.

Populasi sasaran adalah seluruh karyawan CT Corpora yang menjadi nasabah (pemegang polis) sejak 1 Januari 2014 – 31 Desember 2014 yaitu sebanyak 600 karyawan CT Corpora.

Kriteria populasi sasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Seluruh karyawan baik itu karyawan tetap maupun kontrak namun tidak untuk karyawan yang masih berstatus magang. Karyawan yang ditentukan adalah karyawan yang baru menjadi pemegang polis atau dengan kata lain baru memiliki polis asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega.
2. Usia Karyawan. Usia karyawan yang diteliti adalah adalah usia karyawan produktif
3. Jenis kelamin karyawan

3.4.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk sebuah perwakilan yang disebut dengan sampel (Augusty Tae Ferdinand, 2006)⁶¹

Pengambilan sampel pada penelitian menggunakan pendekatan *non – probability sampling* , yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah (pemegang polis) yang telah memiliki polis asuransi kerugian di periode 1 Januari 2014 – 31 Desember 2014. Sampel dari penelitian ini adalah tertanggung yang ada pada saat penelitian dilakukan dan jumlahnya ditentukan dengan menggunakan teknik penentuan sampel menurut Slovin adalah sebagai berikut (kutipan):⁶²

N

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (dalam penelitian ini digunakan 10 % atau 0.1)

Tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{600}{1 + 600(0.1)^2}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

$$n = 85.71$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh sampel yang baik dari populasi minimal sebesar 85.71 responden. Namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsure pembulatan, nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 86 responden

3.5. Unit – Unit Analisis Penelitian

Unit analisis penelitian ini adalah pemegang polis asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega, karena dapat memberikan tanggapan atau respon sejauh mana hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli karyawan CT Corpora terhadap produk asuransi kerugian di PT. Asuransi Umum Mega.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Riset Pustaka

Riset pustaka digunakan untuk memperoleh data primer dengan membaca dan mempelajari buku – buku ilmiah yang menyangkut masalah yang sedang diteliti

2. Riset Lapangan

Pengambilan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari objek yang diteliti yaitu tertanggung (Karyawan CT Corpora) di PT. Asuransi Umum Mega. Dalam hal ini , ada beberapa teknik penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

- a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada tertanggung (Karyawan CT Corpora) di PT. Asuransi Umum Mega

- b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaabannya.

Untuk menilai sikap dan persepsi responden tentang kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada **Tabel 3.1** berikut ini :

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Responden

NO.	Alternatif Jawaban	NILAI SKOR
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sedangkan variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator ini akan dijadikan untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukungnya. Penggunaan teori untuk menyusun instrumen harus secermat dan seteliti mungkin agar diperoleh indikator yang valid. Caranya dapat dilakukan dengan membaca berbagai referensi (seperti buku, jurnal) membaca hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dan konsultasi pada orang yang di nilai berbakat dan ahli. Indikator – indicator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek dengan Minat Beli

No	Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Nomor pertanyaan
1	Kualitas Produk (X ₁)	Performa	Kepercayaan dan ketepatan waktu	1
		Keandalan	Melayani dengan cepat	2
			Keluhan pelanggan dapat teratasi	3
		Daya Tahan	Kehandalan Produk	4
		Estetika	Fungsi kegunaan produk	5
2	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Reliability	Kecepatan Pelayanan	7
		Responsiveness	Respon Karyawan	8
		Assurance	Pelayanan	9
			Keterampilan	10
		Empathy	Kesigapan Karyawan Komunikasi	11 12
Tangibles	Penataan Ruangan Kerapihan Ruang Pelayanan	13 14		
4	Citra Merek (X ₃)	Manfaat	Menggambarkan manfaat merek	15
		Kualitas	Memiliki kualitas yang konsistensi	16
		Identifikasi	Nama merek mudah diucapkan, dikenal dan diingat	17
5	Minat Beli (Y)	Minat Transaksional	Keinginan melakukan pembelian	18
		Minat referensial	Kecenderungan untuk mereferensikan produk ke orang lain	19
		Minat preferensial	Pengalaman dalam menggunakan produk	20
		Minat eksploratif	Sering mencari informasi tentang produk	21

Sumber : Kotler, 2001), (Lewins, 2004).(Nugroho, 2011:11)(Maja Hribar dalam Nugroho, 2011:9),,Kotler, 2005:20

3.6.1. Pengujian Instrumen

Menurut Assauri, Sofjan. (2010). Instrumen yang baik harus valid dan reliabel. Berikut ini dikemukakan cara pengujian validitas dan realibilitas instrumen yang akan digunakan untuk penelitian⁶³.

3.6.2. Uji Validitas Instrumen

Untuk uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat di uji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Instrumen yang diberikan kepada 91 tertanggung Asuransi Umum Mega, Jakarta. Sebagai sampel penelitian, data yang diperoleh ditabulasikan kemudian dilakukan analisis faktor untuk pengujian dengan metoda korelasi sederhana, yaitu mengkorelasikan skor faktor untuk total dengan skor total. Apabila hasilnya sebesar 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik (Sugiyono, 2008)⁶². Nilai r_{hitung} diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{(n \cdot \Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[(n \cdot \Sigma X^2) - (\Sigma X)^2] \cdot [(n \cdot \Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}} \dots\dots\dots 3.2$$

3.6.3. Uji Reabilitas

Menurut Sekaran (2006), reliabilitas atau keandalan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas dari kesalahan) dan menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument⁶³. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran.

Stabilitas pengukuran juga dapat diperoleh dalam bentuk parallel atau dikenal dengan *parallel – form reliability* dilakukan dengan mengubah susunan kata namun memiliki item yang setara dan format respon yang sama. Bila dua tes yang sebanding menghasilkan skor yang berkorelasi tinggi (misalnya diatas 0.80),

maka dapat dinyatakan bahwa ukuran tersebut secara logis dapat dipercaya, dengan varian kesalahan minimal yang disebabkan oleh susunan kata, urutan dan faktor lain (Sekaran 2006).

Menurut Sekaran (2006) Croanbach alpha adalah koefisien alpha dikembangkan oleh Croanbach (1951) sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi – item. Croanbach's alpha bervariasi dari 0 sampai 1. Angka *croanbach alpha* pada kisaran 0.70 adalah dapat diterima, diatas 0.80 baik (Sekaran, 2006). Dalam hal ini *Croanbach's Alpha* diberikan batas bahwa nilainya lebih dari 0.50 mengidentifikasi bahwa data tersebut memiliki reliabilitas internal yang konsisten. Semakin tinggi nilai koefisien tersebut, maka semakin reliable data yang digunakan dalam penelitian.

3.7. Metode Analisis Data

Data-data mentah yang dikumpulkan melalui angket, wawancara dan pengamatan akan diolah terlebih dahulu agar dapat dikemas menjadi suatu informasi untuk membantu membuat kesimpulan dan/atau untuk analisis statistik untuk pengujian hipotesis. Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis koefisien relasi dan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan.

3.7.1. Analisis Korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi simultan, sebagai berikut :

3.7.1.1. Analisis Korelasi Parsial

Analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- a. Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$r_{y1} = \frac{r_{y1} - (r_{y2} \cdot r_{12})}{\sqrt{(1 - r_{y2}^2) + (1 - r_{12}^2)}} \text{-----} 3.3$$

- b. Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$r_{y2-1} = \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{12})}{\sqrt{(1 - r_{y1}^2) + (1 - r_{12}^2)}} \text{-----} 3.4$$

- c. Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$r_{y3-12} = \frac{r_{y3} - (r_{y1} \cdot r_{12})}{\sqrt{(1 - r_{y3}^2) + (1 - r_{12}^2)}} \text{-----} 3.5$$

Keterangan :

r_{y1} = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$\frac{(n \cdot \sum X_1 Y) - (\sum X_1 \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \text{-----} 3.6$$

r_{y2} = Koefisien korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$\frac{(n \cdot \sum X_2 Y) - (\sum X_2 \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X_2^2) - (\sum X_2)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \text{-----} 3.7$$

r_{y3} = Koefisien korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$$\frac{(n \cdot \sum X_3 Y) - (\sum X_3 \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X_3^2) - (\sum X_3)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \text{-----} 3.9$$

r_{y12} = koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan X_2

$$\frac{(n \cdot \sum X_1 X_2) - (\sum X_1 \cdot \sum X_2)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2] \cdot [(n \cdot \sum X_2^2) - (\sum X_2)^2]}} \text{-----} 4.0$$

3.7.1.2. Analisis Korelasi Simultan

Digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen secara simultan.

$$r_{y^2} = \sqrt{\frac{[(\Gamma y_1)^2 - (\Gamma y_2)^2 - 2(\Gamma y_2)^2 \cdot \Gamma y_2 \cdot \Gamma_{12}]}{1 - (\Gamma_{12})^2}} \text{-----} 4.1$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah :

1. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y semakin kuat dan positif.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antar variabel X dengan variabel Y semakin kuat dan negatif.
3. Jika r mendekati 0, maka pengaruh hubungan antar variabel X dengan variabel Y tidak terdapat pengaruh yang sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin menjauh dari -1 atau berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah.

Interpretasi koefisien korelasi

No.	Interval	Keterangan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Assauri. Sofjan (2010)

3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, secara parsial maupun simultan. Langkah – langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah :

a. Pengujian parsial

Langkah – langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

i. Hubungan kualitas produk (X_1) dengan minat beli (Y)

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \rho_{y1.2} \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan minat beli

$H_a : \rho_{y1.2} \geq 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif dan

signifikan antara kualitas produk dengan minat beli

2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1 - \alpha$), untuk menentukan daerah kritis
 3. Menentukan kriteria pengujian
 - H_0 ditolak jika *significancet* $< \alpha$
 - H_a ditolak jika *significancet* $< \alpha$
 4. Menghitung nilai *significance t* diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS versi 19.0
 5. Kesimpulan dan interpretasi
- ii. Hubungan kualitas pelayanan (X_2) dengan minat beli (Y)
1. Merumuskan hipotesis
 - $H_0 : \rho_{y1-2} \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan minat beli
 - $H_a : \rho_{y1-2} \geq 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan minat beli
 2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1 - \alpha$), untuk menentukan daerah kritis
 3. Menentukan kriteria pengujian
 - H_0 ditolak jika *significancet* $< \alpha$
 - H_a ditolak jika *significancet* $< \alpha$
 4. Menghitung nilai *significance t* diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS versi 19.0
 5. Kesimpulan dan interpretasi
- iii. Hubungan citra merek (X_3) dengan minat beli (Y)
1. Merumuskan hipotesis
 - $H_0 : \rho_{y1-2} \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan minat beli

$H_a : \rho_{y1-2} \geq 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan minat beli

2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1 - \alpha$), untuk menentukan daerah kritis
3. Menentukan kriteria pengujian
 - H_0 ditolak jika *significancet* $< \alpha$
 - H_a ditolak jika *significancet* $< \alpha$
4. Menghitung nilai significance t diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS versi 19.0
5. Kesimpulan dan interpretasi

b. Pengujian simultan

1. Merumuskan hipotesis
 - $H_0 : \rho_{y1-2} \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli
 - $H_a : \rho_{y1-2} \geq 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli
2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1 - \alpha$), untuk menentukan daerah kritis
3. Menentukan kriteria pengujian
 - H_0 ditolak jika *significanceF* $< \alpha$
 - H_a ditolak jika *significanceF* $< \alpha$
4. Menghitung nilai significance t diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS versi 19.0
5. Kesimpulan dan interpretasi.