

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Penelitian ini tujuannya adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Kualitas Produk) dan X_3 (Citra Perusahaan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, (2016:80). Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam.

Populasi sasaran adalah populasi yang benar-benar dijadikan sumber data. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah nasabah PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam periode 2013-2017 yang memiliki masa aktif polis lebih dari 1 tahun dengan jumlah sebanyak 1018 (Database PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam, diakses 15 November 2018).

3.2.2 Sampel penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:218) teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* memilih sekelompok subyek berdasarkan karakteristik

tertentu yang dinilai memiliki keterkaitan dengan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi yang akan diteliti. Karakteristik ini sudah diketahui oleh peneliti. Sehingga mereka hanya perlu menghubungkan unit sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Dengan pertimbangan responden periode 2013-2017 yang memiliki masa aktif polis lebih dari 1 tahun di PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam. Kelebihan menggunakan *purposive sampling* adalah; (1) Sampel terpilih adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian; (2) Teknik ini merupakan cara yang mudah untuk dilaksanakan; dan (3) Sampel terpilih biasanya adalah individu atau personal yang mudah ditemui atau didekati oleh peneliti. Dan kekurangan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah; (1) Tidak ada jaminan bahwa jumlah sampel yang digunakan representatif dalam segi jumlah; (2) Setiap sampling tidak memberikan kesempatan yang sama untuk dipilih kepada semua anggota populasi; dan (3) Tidak dapat digunakan sebagai generalisasi untuk mengambil kesimpulan statistik.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana (Sugiyono, 2011:87). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(\epsilon)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir ($e = 0,1$)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 1018 pada nasabah periode 2013-2017 yang memiliki masa aktif polis lebih dari 1 tahun di PT Prudential Jakarta Kantor Agency Infiniteam, dengan asumsi tingkat eror (e) = 10%. Dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{1018}{1+1018 (0.1)^2}$$

= 91,05 → dibulatkan menjadi 92 orang

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 92 orang nasabah PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam pada periode 2013-2017 yang memiliki masa aktif polis lebih dari 1 tahun.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis data

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2013:187) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh nasabah PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam periode 2013-2017 yang memiliki masa aktif polis lebih dari 1 tahun.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2014:131) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh PT Prudential Jakarta, Kantor Cabang Infiniteam pada periode 2013-2017.

3.3.2 Metode pengumpulan data

1. Pengumpulan data primer

Pernyataan dalam kuesioner dibuatkan berdasarkan indikator dan sub-indikator untuk setiap variabel (Tabel 3.1 – 3.4).

Tabel 3.1 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Indikator	Sub-Indikator	No. Item
1. Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	Pelayanan akurat	1
	Tepat waktu	2
2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kemampuan membantu dan merespon permintaan nasabah	3
	Menginformasikan jasa yang akan diberikan	4
	Memberikan jasa secara cepat	5
3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	Menumbuhkan kepercayaan nasabah	6
	Menciptakan rasa aman	7
	Bersikap sopan	8
	Menguasai pengetahuan	9
4. Empati (<i>Empathy</i>)	Memahami masalah	10
	Bertindak demi kepentingan nasabah	11
	Memberikan perhatian personal	12
5. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Peralatan lengkap	13
	Material dan penampilan tenaga pemasar bersih	14
	kenyamanan fasilitas yang tersedia	15

Sumber: Tjiptono (2011:198)

Tabel 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk (X_2)

Indikator	Sub-Indikator	No. Item
1. Daya Tahan dan Keunggulan	Mampu melindungi nasabah	1
	Memberikan nilai positif kepada nasabah	2
1. Keutamaan Produk	Memiliki daya guna yang baik	3
	Produk sering dibeli dan dibutuhkan	4
3. Desain dan Variasi	Memiliki beragam produk	5
	Memiliki manfaat lebih jika dibandingkan dengan produk dari asuransi lain.	6
4. Keandalan	Produk berfungsi sesuai persetujuan.	7
5. Kualitas yang dipersepsikan	Dapat menjaga kualitas produk	8

Sumber: Kotler (2012:26)

Tabel 3.3 Indikator Variabel Citra Perusahaan (X_3)

Indikator	Sub-Indikator	No. Item
1. Kepribadian	Perusahaan dapat dipercaya	1
	Mempunyai tanggung jawab sosial	2
2. Reputasi	Pengalaman baik di mata pelanggan	3
3. Nilai	Memiliki kepedulian terhadap pelanggan	4
	Cepat tanggap terhadap permintaan ataupun keluhan pelanggan	5
4. Identitas Perusahaan	Perusahaan memiliki logo dan slogan yang mudah diingat oleh nasabah	6

Sumber: Keller (2012:274)

Tabel 3.4 Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator	Sub-Indikator	No. Item
1. Tetap setia	Puas dan cenderung untuk membeli ulang	1
2. Membeli produk yang ditawarkan	Membeli produk lain untuk menghindari pengalaman yang buruk	2
3. Merekomendasikan produk		
4. Bersedia membayar lebih	Rekomendasi kepada calon konsumen lain untuk membeli produk yang dibeli	3
5. Memberikan masukan		
4. Bersedia membayar lebih	Harga sebagai patokan kepuasan	4
5. Memberikan masukan	Memberikan masukan atau saran agar keinginan tercapai	5

Sumber: Kotler dan Keller (2016:157)

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang / sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dalam skala likert digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban yang telah disediakan adalah mulai dari sangat setuju (diberi skor 4) sampai sangat tidak setuju (diberi skor 1).

Tabel 3.5 Skala Likert untuk Instrumen Penelitian

Pernyataan	Kode	Nilai Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Syarat minimum suatu item dianggap valid apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih dengan rumus, sebagai berikut: (Sugiyono, 2017:126)

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

Keterangan:

- r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item
- n = Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2012:122). Berdasarkan pengertian tersebut maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right) \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan :

- α = koefisien reliabilitas alpha
- k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

Adapun kriteria untuk menilai reliabilitas instrumen penelitian ini yang menunjukkan, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

2. Pengumpulan data primer

Teknik pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dengan menggunakan dokumen laporan tahunan PT Prudential Jakarta, Kantor Agency Infiniteam pada periode 2013-2017.

3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, penilaian pelanggan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori, definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah cara tenaga pemasar dalam menyikapi kebutuhan nasabah baik itu dalam proses penjualan maupun dalam proses pelayanan setelah penjualan. Contohnya seperti perubahan pembayaran premi nasabah, dan penanganan klaim nasabah. Adapun indikator variabel kualitas pelayanan adalah; (1) Reliabilitas (*reliabilty*); (2) Daya tanggap (*responsiveness*); (3) Jaminan (*assurance*); (4) Empati (*emphaty*); dan (5) Bukti fisik (*tangible*).

2. Variabel kualitas produk (X_2)

Kedua, Kualitas Produk adalah keseluruhan manfaat-manfaat program Prudential untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Seperti manfaat perawatan rumah sakit jika mengalami resiko kesehatan dan manfaat nilai tabungan nasabah. Adapun indikator variabel kualitas produk adalah; (1)

Daya tahan dan keunggulan; (2) Keutamaan produk; (3) Desain dan variasi; (4) Keandalan; dan (5) Kualitas yang dipresepsikan.

3. Variabel citra perusahaan (X_3)

Citra perusahaan adalah persepsi dari suatu organisasi yang direkam di memori konsumen dan berkerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Adapun indikator variabel citra perusahaan adalah; (1) Kepribadian; (2) Reputasi; (3) Nilai; dan (4) Identitas perusahaan.

4. Variabel kepuasan pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pelanggan. Contohnya adalah pelanggan puas terhadap kinerja agen tenaga pemasar atau terhadap manfaat-manfaat asuransi yang dimilikinya. Adapun indikator variabel kepuasan pelanggan adalah; (1) Tetap setia; (2) Reputasi; (3) Nilai; dan (4) Identitas perusahaan.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1 Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 (*Statistical Program for Social Science*). Hal ini dikarenakan agar penulis dapat memperoleh data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Penyajian data

Data yang telah diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis data dan dapat memahami data sehingga lebih sistematis.

3.5.3 Analisis statistik data

1. Statistik deskriptif

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147).

2. Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2014:62). Untuk mengukur dengan menggunakan koefisien determinasi lebih dari dua variable dilakukan dengan pengukuran secara parsial dan berganda, yaitu:

a. Parsial

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial, akan digunakan rumus koefisien determinasi (KD) sebagai berikut :

- a) Determinasi Parsial X_1 terhadap Y (X_2, X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

- b) Determinasi Parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

- c) Determinasi Parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

b. Berganda

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara berganda, akan digunakan rumus koefisien determinasi (KD) sebagai berikut :

Determinasi berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = r_{y123}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.8)$$

3. Pengujian hipotesis

a. Pengujian hipotesis parsial

Uji parsial adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

a) Pengaruh X_1 (kualitas pelayanan) terhadap Y (kepuasan pelanggan)

$H_0: \rho_{y1.23} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y1.23} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan signifikan.

b) Pengaruh X_2 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan pelanggan)

$H_0: \rho_{y2.13} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan signifikan.

c) Pengaruh X_3 (citra perusahaan) terhadap Y (kepuasan pelanggan)

$H_0: \rho_{y2.13} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan signifikan.

2) Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

3) Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $t < 0,05$

H_0 diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

4) Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 22.0

5) Kesimpulan.

b. Pengujian hipotesis simultan

Uji simultan / berganda merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji F adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

a) Pengaruh X_1 (kualitas pelayanan), X_2 (kualitas produk), dan X_3 (citra perusahaan) terhadap Y (kepuasan pelanggan).

$H_0: \rho_{y123} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y123} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra

perusahaan dengan kepuasan pelanggan signifikan.

- b) Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5%, (0,05)
- c) Kriteria pengujian
 - H_0 ditolak, jika signifikan $F < 0.05$
 - H_0 diterima, jika signifikan $F \geq 0.05$
- d) Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 22.0.
- e) Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan. H_0 ditolak dengan keterangan di koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.