

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk penghitungan data dan akan menghasilkan suatu kesimpulan. Metode penelitian yang dilandaskan pada falsafat positivisme, digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono;2008)

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006 : 223). Berdasarkan pendapat Sugiyono (2008:117) 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. Populasi penelitian ini adalah nasabah asuransi pendidikan AXA Mandiri di Kecamatan Gresik.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subjek diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Penelitian lain menjelaskan bahwa Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sampel yang baik menurut Sugiyono (2011;91) antara 30-500 responden, jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi dengan catatan bahwa sampel tersebut cukup mewakili populasi dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 50 orang. Sampel penelitian diambil dari nasabah asuransi pendidikan di Kecamatan Gresik.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu ditemui cocok sebagai sumber data. Sampel yang dianggap cocok adalah orang yang sudah menjadi nasabah asuransi AXA Mandiri (Sugiyono; 2011;82)

3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugionoy; 2008).

3.4.1 Variabel Independen

Variabel indenpenden merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono;2008). Variabel penelitian ini adalah:

1. Motivasi (X1)

Motivasi adalah dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Indikator motivasi menurut Rahwaini (2015) adalah sebagai berikut;

- a. Alasan memilih produk .
- b. Yakin terhadap produk.
- c. Manfaat produk.
- d. Harga premi.

2. Pengetahuan (X2)

Pengetahuan adalah suatu perubahan dalam prilaku yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman masa lalunya.

Indikator-indikator pengetahuan yaitu:

- a. Pengetahuan produk
- b. Pengetahuan pembelian
- c. Pengetahuan pemakai

3. Sikap (X3)

Sikap adalah proses pengorganisasian motivasi, emosi, persepsi dan kongnitif yang bersifat jangka panjang dan berkaitan dengan aspek lingkungan di sekitarnya (Hawkins, 1989;434).

Ada 3 komponen sikap (Ferrinadwi,2008;96)

- a. Keyakinan konsumen tentang produk.
- b. Percaya terhadap produk.
- c. Rasa suka pada suatu produk.

4. Iklan (X4)

Iklan adalah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar (Kotler dan Keller, 2007)

Menurut Arista (2011) Indikator Iklan Sebagai Berikut.

- a. Iklan yang menarik sehingga diingat oleh kosumen.
- b. Kosumen mengerti kandungan pesan dalam iklan.
- c. Informasi yang disampaikan dalam iklan sesua mutu produk.

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah :

1. Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk (Mapiere, 2000:30) Indikator-indikatornya adalah:

- a. Harapan.
- b. Pendirian.
- c. Senang terhadap pilihan produk

3.5 Skala Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2011:93) dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju(S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (RG)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Data primer

Data primer adalah data yang diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang harga, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan

3.7 Prosedur Pengumpulan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisioner. Kuisioner, yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan jawaban dari daftar pertanyaan melalui penyebaran kuisioner. Pada responden untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian dan tanggapan responden untuk teknik pengambilan data berupa kuisioner akan

menghasilkan data identitas responden sesuai hasil survey lapangan tersebut merupakan bahan untuk analisa penelitian.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2011:212) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

N = Banyaknya variabel
X = Skor item x
Y = Skor item y

Jika r hitung > dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2005). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunnally, 1969 dalam Ghozali, 2005).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009; 109) menyatakan bahwa uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut (Ghozali, 2009; 109);

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinearitas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 Ghozali,(2009; 26).

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2009; 37) uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4 Uji Autokorelasi

Adalah suatu korelasi antara nilai variabel dengan nilai variabel yang sama pada lagi satu atau lebih sebelumnya.(Gozali, 2009;79). Definisi yang lain adalah terdapat pengaruh dari variabel dalam model melalui tenggang waktu.

Hal ini berarti bahwa nilai variabel saat ini akan berpengaruh pada nilai variabel dimasa yang akan datang. jika dalam model regresi terdapat autokorelasi maka akan menyebabkan *varians* sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel independen tertentu.

Untuk mendiagnosis ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin–Watson (DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan ($4-d_u$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif .
3. Bila nilai DW lebih besar daripada ($4-d_l$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara ($4-d_u$) dan ($4-d_l$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda(analisis jalur) karena dapat menerangkan ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih bebas. Dalam analisis ini dapat diukur hubungan antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas.

Model analisis regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Dimana :

Y = Minat Beli (variabel dependen)

X1 = Motivasi

X2 = Pengetahuan

X3 = Sikap

X4 = Iklan

a = konstanta

b₁;b₂;b₃ = Koefisien Regresi

e = error

3.10 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai t_{tabel} (nilai kritis) dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah data observasi dan k adalah jumlah variabel independen.

Menentukan t_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

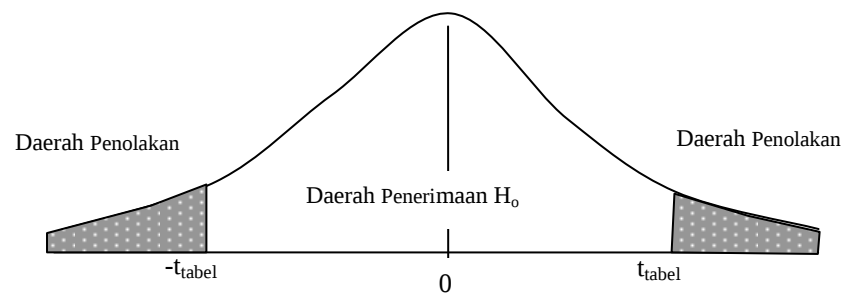
Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Kriteria uji yang digunakan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel independent (Motivasi, Pengetahuan Sikap Dan Iklan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent Minat Beli.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independent (Motivasi, Pengetahuan Sikap Dan Iklan) berpengaruh terhadap variabel dependent Minat Beli.



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Parsial

3.10.1 Uji Hipotesis Secara Bersama - sama (Uji F)

Uji Simultan (Uji F-statistik) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independent (Motivasi, Pengetahuan Sikap Dan Iklan) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent (Minat Beli). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F_{tabel}) dengan (F_{hitung}) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$. Menentukan F_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

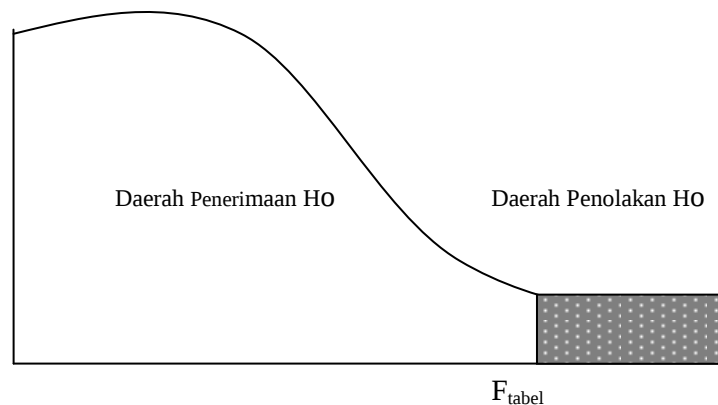
$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

- R^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah data
 k = Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a (Hipotesis alternative) ditolak artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (Motivasi, Pengetahuan Sikap Dan Iklan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent Minat Beli.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a (Hipotesis alternative) diterima, artinya secara simultan dapat dibuktikan semua variabel independent (Motivasi, Pengetahuan Sikap Dan Iklan) berpengaruh terhadap variabel dependent Minat Beli.



Gambar 3.2
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Simultan