

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik serta menggambarkan suatu fenomena dengan memaparkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. (Indriantoro dan Supomo, 2002;12).

3.2. Lokasi Penelitian

Untuk obyek penelitian ini penulis mengadakan penelitian di "AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah" Graha Bumiputera Lt.7 Jl. Raya Darmo No.155-159 Surabaya.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Indriantoro dan Supomo (2002;115) adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah (pelanggan) AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya yang berjumlah 378 nasabah (pelanggan).

3.3.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2002;73) adalah: “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Apabila jumlah populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan berlaku untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah nasabah (pelanggan) AJB Bumiputera 1912 Syariah Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang menjadi nasabah (pelanggan) di AJB Bumiputera. Dari populasi akan ditarik sampel. Prosedur penarikan sampel yang digunakan adalah metode non random sampling (non probability sampling). Adapun penarikan sampel non probability sampling dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor kebetulan atau secara tidak sengaja, siapa saja yg ditemui peneliti bila populasi tersebut cocok dengan sumber data. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah para nasabah (pelanggan) yang berumur 20 tahun ke atas yang telah mengikuti program asuransi jiwa selama 1 tahun atau lebih.

Berdasarkan teknik penentuan sampel diatas, pemilihan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Roscoe (Sekaran, Uma 2000) yang memberikan panduan untuk menentukan ukuran sampel, yaitu:

1. ukuran sampel untuk setiap penelitian harus berada antara 30 dan 500
2. jika sampel dipecah-pecah menjadi beberapa bagian, maka ukuran sampel minimum 30 untuk tiap bagian yang diperlukan
3. pada penelitian banyak faktor, ukuran sampel harus beberapa kali (sedikitnya 10 kali atau lebih) dari banyak faktor yang ada
4. untuk penelitian biasa dengan kontrol penelitian yang ketat, penelitian yang baik dimungkinkan jika sampel berukuran antara 10 dan 20

Pada penelitian ini, variabel atau faktor yang digunakan sebanyak 3 variabel sehingga berdasarkan teori Roscoe sampel yang digunakan paling sedikit 10 dikalikan 3 variabel yaitu sebesar 30 responden. Akan tetapi dalam penelitian ini ukuran sampel yang digunakan sebesar 100.

3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan serta model analisis yang digunakan, maka variabel yang dianalisis terdiri dari dua macam yaitu variabel tergantung (dependent variable) diberi simbol Y dan variabel bebas (independent variable) diberi simbol X.

1. Variabel terikat (Y) adalah Loyalitas Pelanggan AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya. Loyalitas pelanggan dioperasionalisasi sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan/nasabah setelah mereka menggunakan produk tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan kemauan pelanggan untuk tetap setia dan menunjukkan adanya sikap dan perilaku yang positif kepada pelanggan AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya.

2. Variabel bebas (X) merupakan variabel dari *Relationship Marketing* yaitu ikatan keuangan, ikatan sosial dan ikatan struktural dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Guna menyatukan pengertian supaya tidak terjadi perbedaan pandangan dan mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis, maka perlu dirumuskan definisi operasional variabelnya. Definisi operasional dari variabel-variabel yang dianalisis, sebagai berikut:

- 1) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan meliputi sikap konsumen setelah pembelian, kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi. Bentuk loyalitas pelanggan tersebut yaitu :

- a. *Repurchase* (Pembelian ulang)

Adalah keinginan atau tindakan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap program asuransi yang ada di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya.

- b. *Word of Mouth communication* (rekomendasi)

Adalah tindakan pelanggan untuk memberikan rekomendasi yang positif tentang AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya kepada teman atau kolega

- c. *Immunity* (kekebalan terhadap produk pesaing)

Adalah penolakan dari para pelanggan untuk mengikuti program asuransi di perusahaan asuransi jiwa lainnya yang menjadi pesaing dari AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya.

2) a. Ikatan Keuangan (*Financial Bond X₁*)

Merupakan penilaian responden terhadap insentif keuangan atau pertimbangan-pertimbangan ekonomis yang diberikan oleh AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya. Penilaian terhadap manfaat-manfaat keuangan didasarkan kepada para nasabah (pelanggan) yang melakukan transaksi dengan AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya. Dengan indikator :

1. Memperoleh bonus (imbalan) seperti halnya investasi bagi pelanggan (nasabah) yang sering menggunakan produk asuransi dalam jumlah besar.
2. Menyediakan kebutuhan dana dan investasi yang terencana untuk dinikmati di hari tua.

b. Ikatan Sosial (*Social Bond X₂*)

Merupakan penilaian responden terhadap manfaat sosial yang diberikan oleh AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya. Penilaian terhadap manfaat-manfaat sosial didasarkan pada meningkatkan hubungan dengan pelanggan loyal mereka secara lebih dekat. Dengan indikator :

1. Adanya hubungan karyawan dengan nasabah secara lebih dekat dan menjadikan para nasabah tersebut adalah klien
2. Nasabah diperlakukan sebagai orang yang patut dihargai ketika manajemen maupun karyawan memberikan pelayanan

c. Ikatan Struktural (*Structural Bond X₃*)

Merupakan penilaian responden terhadap manfaat-manfaat struktural yang diterima oleh AJB Bumiputera Surabaya. Manfaat-manfaat struktural dibuat dengan memberikan sistem penyampaian jasa yang tepat bagi para nasabah (pelanggan) terutama yang berbasis teknologi sehingga menjadikan nasabah akan lebih produktif. Dalam hal ini dengan adanya fasilitas fax, telepon, internet dalam situs www.bumiputera.com dan brosur-brosur yang mempermudah penyampaian informasi mengenai program-program baru dalam hal pelayanan yang akan diterima oleh para nasabah (pelanggan). Sehingga disini para nasabah (pelanggan) maupun perusahaan sangat diuntungkan dengan kehadiran teknologi. Dengan indikator :

1. Kemudahan memperoleh informasi melalui internet
2. Kemudahan memperoleh informasi melalui media masa seperti :
tabloid dan brosur-brosur.

3.5. Pengukuran Variabel

Untuk pengukuran variabel-variabel bebas tersebut, sebagai indikatornya yaitu dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2002;86).

Dengan jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan lewat kuisioner. Dari jawaban tersebut maka akan diberikan skor tertentu (misalnya: 1, 2, 3, 4, 5). Adapun ke 5 tingkatan tersebut diberi bobot masing-masing sebagai berikut:

Nilai 5 = Sangat setuju

Nilai 4 = Setuju

Nilai 3 = Netral

Nilai 2 = Tidak setuju

Nilai 1 = Sangat tidak setuju.

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ada dua macam yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari responden dengan kuisioner yang dalam hal ini nasabah (pelanggan) AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan meliputi tentang gambaran keadaan di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah maupun data yang mendukung baik dari pihak AJB Bumiputera atau dari berbagai literatur-literatur, buku dan lain-lain yang mendukung penelitian ini.

3.6.2 Sumber Data

Data ini diperoleh dari nasabah (pelanggan) AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Surabaya.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan lembar angket kepada responden yang berisikan daftar pertanyaan mengenai pengaruh faktor-faktor *relationship marketing*, merupakan tanggapan para nasabah (pelanggan) terhadap loyalitas pelanggan AJB Bumiputera

b. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung dan pencatatan yang sistematis terhadap obyek yang diteliti. Data yang diperoleh dari observasi mengenai letak, jenis produk dan jenis layanan yang diberikan

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui seberapa cermat dan tepat kuisisioner harus dapat melakukan fungsi ukur. Dengan kata lain suatu kuisisioner dapat dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam menguji validitas menurut Arikunto (dalam Umar 20002;110), yaitu sebagai berikut :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur
- b. Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden minimal 30 responden
- c. Mempersiapkan tabulasi jawaban
- d. Menghitung koefisien korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan teknik product moment.

Dalam uji validitas ini suatu butir atau variabel dikatakan valid jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Santoso, 2001;280). Dari tabel r untuk $df = n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan perhitungan koefisien korelasi diperoleh dengan bantuan SPSS 12.0 for windows.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kemantapan suatu alat ukur apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang sama dalam pengukuran yang berulang kali

dan dengan syarat bahwa kondisi pengukuran tidak berubah. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Widayat dan Amirullah (2002;46-47) bahwa: "Alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Ini berarti reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi atau ketepatan, peramalan dari hasil riset".

Sehubungan dengan reliabilitas maka Widayat (2004;87) menyatakan bahwa: "Suatu pendekatan yang cukup populer untuk mengatasi persoalan ini adalah dengan menggunakan koefisien Alpha. Nilai alpha akan berkisar antara 0 sampai dengan satu. Suatu pengukuran dikatakan reliabel bilamana paling tidak nilai alphanya 0,6".

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam model regresi linier ada beberapa asumsi-asumsi yang harus dipenuhi, diantaranya sangat berpengaruh terhadap hasil regresi berganda, yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas. Ghazali (2001;57-73).

1. Uji Multikolinieritas

Tidak ada multikolinieritas diantara variabel bebas, artinya tidak terjadi hubungan antara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel bebas. Suatu model dikatakan mengandung gangguan multikolinieritas apabila nilai masing-

masing VIF untuk masing-masing variabel bebas dari hasil pengolahan data kurang dari 10. Maka variabel tersebut tidak mempunyai persoalan multikolinieritas.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2001;60).

Mendeteksi terjadi atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari nilai koefisien Durbin-Watson Test (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi adalah sebagai berikut:

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

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Rank Spearman yaitu dengan cara mengambil nilai mutlak, dengan mengasumsikan bahwa koefisien rank korelasi adalah nol. Jika hasil regresi menunjukkan nilai signifikan \geq nilai α 0.05 maka regresi linier tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05.

3.9.2 Analisis regresi berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap (Y) yang merupakan variabel tergantung digunakan analisis regresi berganda.

Adapun persamaan regresi berganda :

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

Hubungan antara variabel-variabel yang digunakan dapat digambarkan dalam suatu fungsi, yaitu : $Y = f(X_1, X_2, X_3)$

Dimana :

Y = Variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada AJB Bumiputera Surabaya

X_1 = Variabel independent yaitu ikatan keuangan (*financial bond*)

X_2 = Variabel independent yaitu ikatan sosial (*social bond*)

X_3 = Variabel independent yaitu ikatan struktural (*structural bond*)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

3.9.3 Uji t

Uji koefisien regresi secara individu dan uji t untuk mengetahui apakah secara individual variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel tergantung. Kita lakukan uji regresi parsial pada masing-masing variabel bebas dengan menggunakan uji t. Analisis t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% maka berarti bahwa memang variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel tidak bebasnya. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebasnya secara individual dapat dicari dengan koefisien r^2 terbesar, berarti memiliki pengaruh dominan.

Untuk menguji hipotesis penelitian pengaruh parsial/sebagian X_1, X_2, X_3 terhadap Y digunakan uji t dengan prosedur sebagai berikut :

a. $H_0 : \beta_1 \dots \beta_3 = 0$ (tidak berpengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y)

$H_a : \beta_1 \dots \beta_3 \neq 0$ (terdapat pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y)

Dimana $j = 1, 2, \dots, k$: variabel ke j sampai sebanyak k .

- b. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas $(n-k)$, dimana n : jumlah pengamatan, dan k : jumlah variabel.
- c. Dengan nilai t_{hitung} :

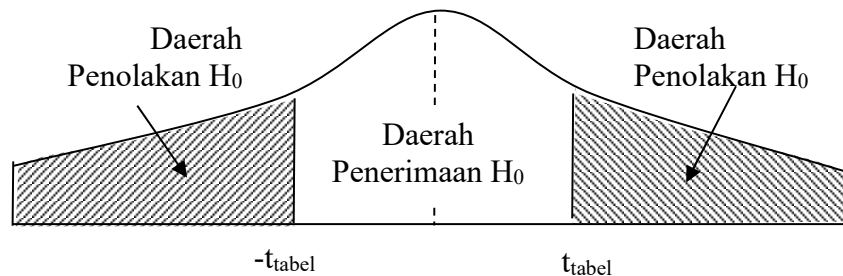
$$t_{hitung} = \frac{b_j}{sc(b_j)}$$

dimana : b_j : koefisien determinasi

$se(b_j)$: standar deviasi

- d. Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi t student dua sisi

Gambar 3.1
Daerah Kritis Kurva Distribusi t



Kriteria pengujian uji t :

$t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti secara parsial variabel bebas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

3.9.4 Uji F

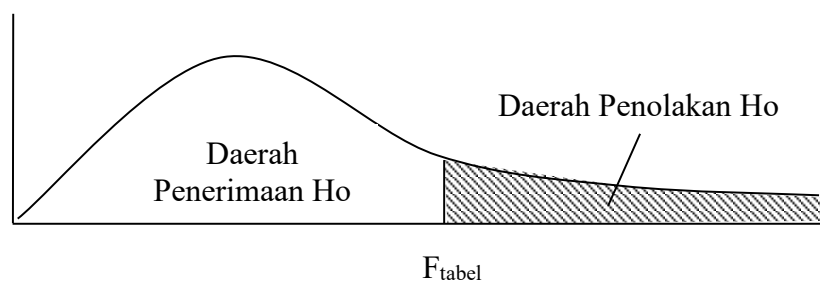
Untuk menguji hipotesis penelitian pengaruh simultan variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y digunakan uji F dengan prosedur sebagai berikut :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 \dots \beta_j = 0$ (X_1, X_2, X_3 bersama X_j tidak berpengaruh terhadap Y).
 $H_0 : \text{salah satu dari } \beta_j \neq 0$ (X_1, X_2, X_3 bersama X_j berpengaruh terhadap Y)
- Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas $(n-k)$, dimana n : jumlah pengamatan, dan k : jumlah variabel.
- Dengan f_{hitung} sebesar :

$$f_{hitung} = \frac{R_2/(k-1)}{(1-R_2)/(n-k)}$$

- Dengan kritis H_0 melalui kurva distribusi F :

Gambar 3.2
Daerah Kritis Kurva Distribusi F



Kriteria pengujian uji F :

$F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

