

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Pengambilan data dilakukan oleh penulis pada peserta asuransi syariah bertempat di Kampus Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman No.30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec.Serang, Kota Serang, Banten. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan April sampai dengan Juli tahun 2019.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa minat mahasiswa jurusan asuransi syariah menjadi peserta asuransi syariah. Adapun variabel yang diteliti yang variabel bebas (independen) yaitu produk, harga promosi, selera dan variabel terikat (dependen), yaitu minat (perilaku).

#### **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>2</sup> Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah 90 mahasiswa Fakultas FEBI Jurusan asuransi syariah semester VI UIN SMH Banten yang pernah mengikuti asuransi syariah dan sudah praktik lapangan.

#### 2. Sampel

Metode selanjutnya yaitu dengan menggunakan sampel, yang artinya suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), hal.8

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), Cet. Ke-26, hal 80

<sup>3</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, (Jakarta: PT Glora Aksara Pratama, 2013), hal.118

Sampel yang digunakan adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun cara untuk menentukan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi responden

e = kelonggaran sampel (persen kelonggaran karena ketidak telitian akibat masalah pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 5% atau 0,05)<sup>4</sup>

1 = konstanta

Maka sampel yang diambil peneliti jika menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. h. 82

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\
 &= \frac{90}{1 + (90 \times 0,05^2)} \\
 &= 73,46
 \end{aligned}$$

Jadi, ukuran sampel adalah hasil dari banyaknya jumlah populasi angkatan 2016 jurusan asuransi syariah dibagi dengan hasil perkalian antara jumlah populasi dengan persentase kelonggaran sampel kemudian dijumlahkan dengan satu. Maka didapatkan hasil seperti diatas, sampel penelitian untuk populasi 90 adalah sebanyak 73,46 dan dapat dibulatkan menjadi 74 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan oleh penulis yaitu data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 2002), hal. 146-147

Data yang diperoleh penulis adalah dengan cara:

- a. Kuesioner (Angket): kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>6</sup>

## E. Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981).<sup>7</sup> Dalam penelitian ini penulis mengelompokan dalam dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas): adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), hal.142

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), hal.38

Biasanya disimbolkan dengan X. Dalam penelitian ini Produk (X1) Harga (X2) dan Promosi (X3), Selera (X4).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat): Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Biasanya disimbolkan dengan Y. Variabel ini merupakan variabel yang diramalkan atau diterangkan nilainya. Dalam penelitian ini Minat (Y) sebagai variabel terikat.

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	No Urut
Produk	Produk adalah yang dapat ditawarkan kepasar untuk dibeli, digunakan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan	1. Mengetahui produk asuransi syariah 2. Memiliki salah satu produk unggul asuransi syariah	1, 2

Harga	<p>Harga adalah jumlah dari nilai yang konsumen tukerkan untuk jumlah manfaat yang dimiliki atau menggunakan barang dan jasa</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> </ol>	3,4
Promosi	<p>Promosi adalah untuk memperkenalkan tentang nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukan, berapa harga dan dimana bisa diperoleh.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang transparan</li> <li>2. Promosi ditempat strategis</li> </ol>	5,6
Selera	adalah sebuah konsep,	1. Pelanggan puas	7,8,9

	<p>yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, kegunaan yang ada. Dengan kata lain selera merupakan standar kualitas yang diinginkan seseorang terhadap suatu hal, setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda.</p>	<p>2. Senang pada saat memakai</p> <p>3. Pelanggan lebih percaya diri</p>	
--	--	---	--

Minat	Sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Minat atau keinginan adalah suatu respon efektif atau proses merasa menyukai suatu produk barang atau jasa tapi belum melakukan keputusan untuk membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran terhadap manfaat asuransi</li> <li>2. Dorongan untuk mempersiapkan masa depan</li> <li>3. Motivasi untuk menjadi peserta asuransi</li> </ol>	10,11,12
-------	--	--	----------

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Oleh karena itu, jika ada kata sinonim dari reliabilitas yang paling tepat adalah

konsistensi, maka esensi dari validitas adalah akurasi. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan perkataan lain instrument tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.<sup>8</sup>

Jika alat ukur yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu kuesioner maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Jadi validitas yang bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pertanyaan. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya. Kalau obyek penelitian terdapat warna merah, bila peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang tidak terjadi pada obyek maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan  $\alpha = 0,05$  maka koefisien korelasi tersebut signifikan.

---

<sup>8</sup> Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 2002), hal.181

## b. Uji Reliabilitas

Berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau penelitian sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung terlihat valid, walaupun belum tentu valid.<sup>9</sup>

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat yang sama pula<sup>10</sup>. Jadi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu.

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, cv 2012), hal.268.

<sup>10</sup> Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Melengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi Spss versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 162

Kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha  $>0,60$  dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha  $< 0,60$ .<sup>11</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data distribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak jika analisis menggunakan metode parametik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal, maka metode alternative yang bisa digunakan adalah statistik non parametrik dengan menggunakan uji lilliefors dengan melihat nilai kolmogorovsmirnov, data dinyatakan distribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), hal.70

<sup>12</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Hal. 102

## b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah didalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan lain.

Jika variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas, sementara itu untuk variance yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>13</sup>

Model yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu metode yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal.179

<sup>14</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori Ekonomi Dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2011) hal.98

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtun waktu (*time series*) kerana “gangguan” pada seorang individu/kelompok cenderung memengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Dalam penelitian ini uji autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin Watson (*DW Test*), yaitu uji yang mengisyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

Langkah-langkah pengujian Durbin Watson, yaitu:

- a. Menentukan hipotesis yang akan diuji dengan ketentuan.

$H_0$ : tidak ada autokorelasi ( $t = 0$ )

$H_a$ : ada autokorelasi ( $t \neq 0$ )

- b. Hitung nilai DW
- c. Menentukan nilai DW kritis  $d_l$ , dan  $d_U$  dengan melihat table Durbin Watson pada  $\alpha = 5\%$ ,  $k = 2$ ,  $n =$  jumlah data.
- d. Menentukan ada atau tidaknya autokorelasi dengan nilai DW kritis, yang berpedoman pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**

**Kriteria Pengujian Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson**

Durbin Watson	Kesimpulan
$<D_l$	Ada Autokorelasi (+)
$d_L \leq d \leq d_U$	Tanpa Kesimpulan
$d_U < d < 4 - d_U$	Tidak Ada Autokorelasi
$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$	Tanpa Kesimpulan
$>4 - d_L$	Ada Autokorelasi

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel yang berupa variabel terikat tergantung diberi simbol Y dan kedua yang berupa variabel bebas diberi simbol X. Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kualitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Persamaan yang digunakan untuk memprediksikan nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Bentuk umum

dari persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu:<sup>15</sup>

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y= Variabel terikat ( Minat Mahasiswa Jurusan Asuransi Syariah)

X= Variabel bebas (Menjadi Peserta Asuransi Syariah)

a = Konstanta

#### a. Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.<sup>16</sup>

Koefisien korelasi merupakan angka yang dapat dijadikan petunjuk untuk mengetahui apakah kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan.

Untuk mengetahui seberapa kuat tingkat keeratan hubungan koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Oleh karena itu untuk mempermudah pemberian kategori koefisien korelasi maka akan dibuat kriteria pengukuran sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal.144

<sup>16</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013) hal.129

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Besarnya Nilai</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
Antara 0,000-0,1199	Sangat Rendah
Antara 0,200-0,399	Rendah
Antara 0,400-0,599	Sedang
Antara 0,600-0,799	Kuat
Antara 0,800-1,000	Sangat Kuat

b. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) jika  $R^2$  semakin besar, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.<sup>17</sup> Jadi semakin besar nilai koefisien determinasinya dengan perhitungan koefisien determinasi ini, maka akan diketahui seberapa besar pengaruh pengetahuan tentang asuransi syariah (X) terhadap minat Mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah (Y) yang ada didalam penelitian ini.

---

<sup>17</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, hal. 164

#### 4. Hipotesis

##### a. Uji t (Uji Signifikan)

Uji t (uji signifikan) adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah pengetahuan tentang asuransi syariah (X) secara individual mempengaruhi minat mahasiswa jurusan asuransi syariah menjadi peserta asuransi syariah (Y)<sup>18</sup>

Uji t bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang hasilnya uji t  $P < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikan uji t adalah dengan membandingkan t statistic dengan t tabel. Jika t statistic  $>$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

---

<sup>18</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, hal. 161