

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Pengambilan data dilakukan oleh penulis pada alumni yang menjadi guru dipondok pesantren Daar El-Qolam Desa Pasir Gantung, Kecamatan Jayanti, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juli 2019 sampai oktober 2019. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam dalam memilih asuransi syariah. Adapun variabel yang diteliti, variabel bebas (independent) yaitu, produk, harga, promosi, tempat, religiusitas, dan variabel terikat (dependent) yaitu Minat.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perorangan, seperti hasil dari pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Maka data primer pada penelitian ini merupakan

data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui kuisisioner dengan instrument penelitian. Produk, harga, promosi, tempat, religiusitas (X), Minat (Y).

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari alumni Daar El-Qolam yang didapatkan melalui sebar kuesioner.

Jumlah keseluruhan guru 516, dan jumlah alumni yang menjadi guru 291 dan jumlah yang mempunyai asuransi syariah sebanyak 102.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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.¹ populasi yang akan dijadikan obyek penelitian ini adalah alumni

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung; Alfabeta 2010), 80.

pondok pesantren Daar El-Qolam yang berprofesi menjadi guru di Daar El-Qolam, yang memiliki asuransi berjumlah 102 orang

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.² Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini adalah dengan metode *Purposive Sampling*. Yang dimaksud dengan metode *Purposive Sampling* yaitu peneliti harus menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri atau kriteria khusus yang sesuai dengan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada pada penelitian. Menurut Resce (1975) dalam Uma Sekaran (1992) memberikan pedoman jumlah sampel diantara 30 s/d 500 elemen. Jika sampel dipecah lagi kedalam sub sampel (laki/perempuan dan sebagainya), jumlah minimum sub sampel harus 30.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2016), 118-120.

Untuk menentukan ukuran sampel, dapat menggunakan cara slovin sebagai berikut:

Rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Populasi

e: Persen kelonggaran ketidaktelitian sampel (persentase kelonggaran karena tidak teliti akibat masalah pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 5% atau 0,05%).³

Penulisan ini membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat alumni Daar El-Qolam dalam memilih asuransi syariah. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah alumni yang berjumlah 102 peserta, maka sampel yang diambil peneliti jika menggunakan rumusan slovin adalah sebagai berikut:

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta; PT Pustaka Baru, 2015), 120.

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\ &= \frac{102}{1 + (102 \times 0,05^2)} \\ &= 81.2\end{aligned}$$

Jadi sampel penelitian untuk populasi 102 sebanyak 81.2 maka dapat dibulatkan 81 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Dalam skala ini responden menyatakan persetujuan dan tidak setujunya responden terhadap sejumlah pernyataan yang terhubung dengan obyek yang diteliti. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagaimana table dibawah ini:

Table 3.1**Teknik Pengumpulan Data**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber referensi: sugiono, metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, 2011 Alat yang digunakan adalah penelitian ini antara lain:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden. Selain itu juga, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau melalui internet.⁴

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung, data ini bisa diperoleh dari kuesioner, wawancara dan lain sebagainya. Angket ataupun kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang digunakan untuk mengumpulkan informasi penelitian yang dikehendaki.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif, Dan R&D*, Hal: 142.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

c. Studi pustaka

Dalam studi pustaka penelitian dilaksanakan dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu serta artikel-artikel yang berkaitan dengan peneliti ini, serta penelusuran internet untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan pengetahuan tentang kualitas produk dan tingkat kepuasan.

d. Dokumentasi

Menurut Sugiono adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang

berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk⁵ mengumpulkan data kemudian ditelaah.

E. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Valid atau tidaknya suatu alat ukur tergantung pada alat tersebut untuk mengukur objek yang akan diukur dengan cermat dan tepat. Alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk mencapai tingkat validitas instrument penelitian. Untuk mencapai tingkat validitas instrument

⁵ <http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiono-2013.html?m=1>. Diunduh pada 3 November 2019, Pukul 09.04

penelitian maka alat ukur yang dipakai dalam instrument harus memiliki tingkat validitas yang terbaik.⁶

b. Uji Realibilitas

Realibilitas menunjukkan pada pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument sudah baik.⁷

c. Uji Asumsi Klasik

1) 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

⁶ Burhan bugin, metodologi penelitian kuantitatif, (Jakarta: kencana, 2006) hal 98

⁷ Etta mamang sangadji dan sopiah, metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian, (Yogyakarta: andi offset, 2010), hal 163

harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal, maka metode alternative yang bisa digunakan adalah statistik non parametik dengan menggunakan uji Liliefors dengan melihat nilai kolmogorov-Smirnov, data dinyatakan distribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearita. Modal regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolineritas sebaiknya salah satu independen yang ada di dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi di ulang kembali. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat di lihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan

Tolerance. Menurut Imam Gozali Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji Multikolinearitas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas merupakan pengujian terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Uji heteroskedasitas 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 homoskedasitas, sementara itu untuk variance yang berbeda disebut heteroskedasitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu metode glejser yaitu metode yang dilakukan dengan meregresikan semua variable bebas terhadap nilai residualnya. Jika terdapat pengaruh variable bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas.

4) 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.

H₀: 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
$<DI$	Ada Autokorelasi (+)
$dL \leq d \leq Du$	Tanpa Kesimpulan
$dU \leq d \leq 4-dL$	Tidak Ada Autokorelasi
$4-dU \leq d \leq 4-dL$	Tanpa Kesimpulan
$>4-dL$	Ada Autokorelasi

d. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.⁸ Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antar dua

⁸ Fridayanti yudiatma, analisis regresi dengan menggunakan aplikasi komputer statistik SPSS (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2013),hal 15

variabel atau lebih. Dimana satu variabel sebagai variabel dependent (terikat) dan yang lainnya sebagai variabel independent (bebas). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen suatu pemasaran. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Model persamaan regresi linear berganda dengan rumusan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e_i$$

Y= Minat

X₁= Produk

X₂= Harga

X₃= Promosi

X₄= Tempat

X₅= Religiusitas

E= Error

e. Hipotesis

1) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simulta variabel bebas terhadap variabel terikatnya, jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok. Sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok. Pengambilan keputusan uji hipotesis secara simultan didasarkan pada nilai probabilitas hasil pengelolaan data SPSS sebagai berikut:

1. Jika signifikansi >0.05 maka H_0 diterima
2. Jika signifikansi <0.05 maka H_0 ditolak

Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima atau dikatakan signifikansi (H_a diterima dan H_0 ditolak), artinya secara simultan variabel independen (X_1

dan X_2) pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) = Hipotesis diterima.

Jika signifikan lebih besar dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan ditolak atau dikatakan tidak signifikan (H_a ditolak dan H_o diterima), artinya secara simultan variabel independen (X_1 dan X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) = hipotesis ditolak

2) Uji T

Uji t (uji signifikan) adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah kualitas produk asuransi mahasiswa (X) secara individual berpengaruh terhadap tingkat kepuasan peserta (Y).⁹

Uji t bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, hal 161.

dihasilkan uji t $P < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara persial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikan uji t adalah dengan membandingkan t statistic dengan table. Jika t statistic $>$ t table, maka dapat disimpulkan bahwa secara persial variabel dependen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampai kecil.

3) Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabeln dengan variabel lain. 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 variable independen dan variabel dependen.

Oleh karena itu untuk mempermudah pemberian kategori koefisien korelasi maka, akan dibuat kriteria pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.3

Kriteria Pengukuran

Besarnya nilai	Tingkat hubungan
Antara 0,00 – 0,199	Sangat rendah
Anantara 0, 20 – 0,399	Rendah
Anantara 0, 40 – 0,599	Sedang
Antara 0, 60 – 0,799	Kuat
Anantara 0,80 – 1,000	Sangat kuat

4) Uji Determinasi

Analisis determinasi (R^2)² digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variable tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variable bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variable 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 variable bebas (X) semakin rendah.¹⁰ Jadi semakin besar nilai koefisien determinasi ini, maka akan diketahui seberapa besar pengaruh pengaruh faktor-faktor (X) terhadap minat alumni peserta (Y) yang ada didalam penelitian ini.

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, hal 164.

F. Oprasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Variabel ini disebut dengan variabel bebas, yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel independen (X) dalam hal ini adalah produk, harga, promosi, tempat, dan religiusitas.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini disebut terikat yaitu merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen (Y) adalah minat.

Tabel 3.4

Operasional variabel

No	Variabel penelitian	Definisi	Dimensi	Indikator	Item
1.	Variabel produk (X1)	menurut Kotler dan Amstrong (1996:274)	1. Keunggulan 2. Kualitas produk	a. Menarik a. Memiliki kualitas	1, 2, 3

		<p>produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunaka, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.</p>	<p>3. Produk sesuai syariah</p>	<p>produk yang baik</p> <p>a. Akad syariah</p>	
2.	Variabel harga (X2)	<p>Menurut kotler dan amstrong (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan</p>	<p>1. Harga terjangkau</p> <p>2. Harga bersaing dengan perusahaan lain</p>	<p>a. harga premi lebih murah</p> <p>a. harga dan manfaat yang diberikan</p>	4, 5

		terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut.		berbeda dengan perusahaan lain.	
3.	Variabel promosi (X3)	Promosi adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menyampaikan tentang barang atau jasa yang diproduksi kepada pasar,	1. informasi yang transparan 2. dipromosikan oleh seseorang yang profesional	a. informasi produk dan manfaatnya a. menjelaskan produk asuransi syariah dengan	6, 7

		<p>sehingga barang atau jasa tersebut dapat dikenal oleh orang banyak dan digunakan oleh para konsumen.</p> <p>Promosi dapat memberikan manfaat yang besar bagi pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan karena akan mempengaruhi konsumen secara</p>		<p>jelas dan lebih dimengerti.</p>	
--	--	---	--	------------------------------------	--

		langsung dan membuatnya tertarik,			
4.	Variabel lokasi (X4)	Menurut Effendy (1996:34), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi, berproduksi, maupun menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen	1. Lokasi strategis 2. Keamanan lokasi	a. Mudah dijangkau b. Kenyamanan tempat a. Standar keamanan baik	8, 9, 10
5.	Variabel religiusitas (X5)	Menurut Jalaluddin (2001), religiusitas	1. Habluminallah	a. Pengetahuan keimanan dan ibadah b. Pengalaman	11, 12, 13, 14

		<p>merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.</p> <p>Religiusitas merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung kepada nash.</p>	2. habluminannas	<p>n keimanan dan ibadah</p> <p>a. Perilaku islam terhadap diri sendiri</p> <p>b. Perilaku islam terhadap manusia</p>	
6.	Variabel	Menurut H.C	1. kesadaran	a. menyadari	15,

	minat (Y)	Witherington (1983:100), minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, suatu masalah atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya.	terhadap manfaat asuransi	pentingnya asuransi untuk masa depan b. manfaat asuransi syariah sesuai kebutuhan	16
--	-----------	---	---------------------------	--	----