

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yaitu penelitian yang dominan menggunakan angket untuk mendeskripsikan data yang dominan menggunakan angket untuk mendeskripsikan data yang penulis peroleh dari responden untuk memperoleh gambaran yang jelas dan terperinci.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif yang bersifat menganalisa dan membuktikan Pengaruh Strategi *Platfrom Digital Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Membeli Produk Asuransi Di Masa Pandemi Covid-19. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses yang menggunakan data berupa angka

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 11.

sebagai alat menentukan keterangan mengenai apa yang ingin kita diketahui.²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dimulai dari bulan 20 November 2021 sampai 26 Januari 2022.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Umum BUMIDA 1967 Cabang Serang Banten, Pertokoan Titan Arum Blok H Jl. Raya Serang, Cilegon KM. 2 Serang, lokasi ini diambil karena peneliti ingin mengetahui bagaimana Pengaruh Strategi *Platform Digital Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Membeli Produk Asuransi di masa Pandemi Covid-19.

² Deni darmawan, *metode penelitian kuantitatif*, (bandung: PT remaja roskarya, 2014), h.37

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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.³ Teknik pengumpulan data yang telah dilakukan adalah dengan menyebar angket, dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket dalam penelitian ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui Pengaruh Strategi *Platform Digital Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Membeli Produk Asuransi di masa Pandemi Covid-19 PT. Asuransi Umum BUMIDA 1967 Cabang Serang Banten.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah pada tahun 2020 – 2021 PT. Asuransi Umum BUMIDA 1967 Cabang Serang Banten pada masa

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta 2013), h. 117

pandemi Covid-19 2020 yaitu berjumlah 828 sebagai berikut :

Tabel 2. 1 PRODUCTION REPORT BY SEGMENT
(For The Periode of 01/01/2020-31/12/2020)
Direct Insured (W/O Co.)

No.	Sub class of business	NOP
1.	MobilKoe Khusus	1
2.	MobilKoe Umum	36
3.	MotorKoe Khusus	81
4.	MotorKoe Umum	159
5.	SehatKoe Khusus	4
6.	SehatKoe Umum	4
7.	RumahKoe Khusus	12
8.	RumahKoe Umum	29
9.	SiagaKoe Khusus	442
10.	SiagaKoe Umum	60
	TOTAL	828

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Desain penelitian yang bermaksud untuk mengetahui kestabilan

⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Bandung : Alfabet, 2014) h. 120

dan kejelasan suatu keadaan yang tidak menentu dan tidak konsisten. Menurut Sugiyono teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random sampling*.

Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, cara ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogeny. Sesuai dengan hasil data yang telah diperoleh berjumlah 30 responden dari kuesioner yang telah disebar ke nasabah PT Asuransi Umum BUMIDA 1967 Cabang Serang Banten.

Menurut Roscoe⁵ dalam bukunya nursalam bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian *multivariate* termasuk analisis regresi, ukurannya harus beberapa kali

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta 2013), h. 90

lebih besar (10 kali) dari jumlah variable yang akan di analisis. Jadi karena dalam penelitian ini ada 3 variabel maka jumlah anggota sampelnya $10 \times 3 = 30$.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data kuantitatif, adalah analisis pengolahan data yang digunakan yang berbentuk angka.

2. Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari sumber utama.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang bersumber dari buku-buku dan dokumentasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Sehubungan dengan tingkat pengukuran

untuk variabel X1 (*Platform Digital Marketing*) dan X2 (Kualitas Layanan) dan variabel Y (Keputusan Nasabah) dalam penelitian ini semuanya menggunakan skala rasio. Untuk memperoleh informasi dan data, penulisan ini menggunakan metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan oleh penulis yaitu:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca berbagai buku literatur yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian. Pengumpulan ini dilakukan dengan berbagai metode diantaranya :
 - a) Angket (*Questionnaire*) adalah daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk di jawab. Tujuan penyebaran angket adalah untuk mencari informasi yang

lengkap mengenai variabel atau masalah yang diteliti

- b) Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara membuka dokumen-dokumen atau catatan-catatan yang dianggap perlu. Data dokumen yang dimaksud bukanlah data dokumen kerahasiaan perusahaan.

E. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur ketetapan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurannya. Pengujian validitas dengan cara kuisioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus kolerasi product moment, sebagai berikut:⁶

$$r = \frac{m(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{m^2}$$

⁶ Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan dan Pelajar*, (Bandung, Alfabeta, 2008), hal 98

$$\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi

x : *platform digital marketing* atau kualitas layanan

y : keputusan nasabah

n : jumlah sampel

Bila kolerasi tiap butir instrumen positif dan besarnya 0,3 ke atas maka tiap butir instrumen tersebut merupakan *construct* yang kuat. Sebaliknya jika kolerasi tiap instrumen besarnya dibawah 0,3 maka butir instrumen itu tidak valid.⁷

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan atau akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Hasilnya di tunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas, alat pengukuran digunakan oleh teknik *cronbach alpha* dengan rumus :

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung, Alfabeta, 2001), hal 142

$$r_n = \left[\frac{K}{K-1} \right] 1 - \left[\frac{S_1}{S_1} \right]$$

Keterangan:

r_n : nilai realibilitas

S_1 : jumlah skor *varians* tiap-tiap item

S_1 : *varians*

K : banyaknya butir pertanyaan

Tarif signifikan ditetapkan dengan standar koefisien reliabilitas 0,6, jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kusioner dianggap reliabel. Uji validitas dan reliabel dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 26.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting yang akan dipelajari

dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

1. Analisis Linear Berganda

Analisis Regresi Linear berganda yang merupakan analisis yang kegunaannya untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh *Net Interest Margin* (NIM) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap *Return On Assets* (ROA). Persamaan analisis regresi linear secara umum untuk menguji hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = *return on assets* (ROA), dan sesuai judul adalah Keputusan Nasabah

X₁ = *net interest margin* (NIM), sesuai judul adalah *Platfrom Digital Marketing*

X_2 = *loan to deposit ratio* (LDR), sesuai judul adalah Kualitas Layanan

α_0 = Konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X_1 dan $X_2 = 0$)

β_i = Koefisien regresi multiple variabel bebas X_1 terhadap variabel terikat Y, bila variabel bebas lainnya dianggap konstan

Uji analisis regresi linear berganda dianalisis dengan bantuan SPSS versi 26.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan

variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.⁸

3. Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi simultan (F tes) dan uji signifikansi parameter individual (t tes).

a) Uji Signifikansi (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi simultan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut, harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Dimana

⁸ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hal. 144

kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka :

H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

H_o ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka :

H_a ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan

H_o diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

b) Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi secara parsial (uji statistik t) ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen (Y), dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) = $n - k$.

Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{Sig} < \alpha$ maka:

H_a diterima karena memiliki pengaruh yang signifikan

H_0 ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan

2) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, atau $\text{Sig} > \alpha$, maka :

H_a ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan

H_0 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

c) Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis *multivariate* khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dengan variabel independen mempunyai

distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *scatter plot*, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

d) Uji Multikolinearitas

Tujuan utama adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut = $\frac{1}{(1-R^2)}$ Dimana R^2 merupakan koefisien determinasi. Bila korelasi

kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar. Bila $VIF > 10$ maka dianggap ada multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya. Sebaliknya $VIF < 10$ maka dianggap tidak terdapat multikolinearitas.

e) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksikan dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarisasi. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

f) Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam *times series* pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Dalam penelitian ini keberadaan autokorelasi diuji dengan *Durbin Watson* dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^{t=n} (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=2}^{t=n} (e_t^2)}$$

Keterangan:

- 1) Jika angka D - W di bawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif.
- 2) Jika angka D - W diantara -2 sampai + 2 berarti tidak terdapat autokorelasi
- 3) Jika D - W di atas + 2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

Untuk menentukan batas tidak terjadinya autokorelasi dalam model regresi tersebut adalah $du < d < 4$ dimana du adalah batas atas dari nilai d Durbin Watson yang terdapat pada tabel uji Durbin Watson. Sedangkan d merupakan nilai d Durbin Watson dari hasil perhitungan yang dilakukan. Model regresi tidak mengandung masalah autokorelasi jika kriteria $du < d < 4 - du$ terpenuhi.

4. Definisi Oprasional Variabel

Untuk menghindari kekeliruan pandangan terhadap pengertian yang sebenarnya dari judul skripsi ini maka

penulis menjelaskan pengertian dari beberapa variabel yaitu:

1. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini yaitu platform digital (X1) dan kualitas layanan (X2).
2. Variabel dependen atau variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y).

Tabel 2. 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Platform digital marketing</i> (X1)	<i>Platform digital marketing</i> adalah kategori penting pemasaran digital yang melibatkan dan mendorong komunikasi disitus milik perusahaan	1. tersedianya informasi dan komunikasi 2. berjiwa wiraswasta 3. Strategi pemasaran perusahaan 4. keunggulan	Likert

		sendiri atau seperti halnya whatsapp, instagram dan lain-lainnya	kompetitif	
2.	Kualitas layanan (X2)	Kualitas layanan atau <i>service quality</i> adalah representasi dari suatu produk atau layanan sejauh itu berlaku untuk tempat dimana produk itu dibuat	1. teknikal kualitas 2. kualitas penyampaian 3. citra perusahaan	Likert
3.	Keputusan nasabah	Perilaku konsumen merupakan aktivitas individu	1. Faktor psikologis 2. Pengaruh faktor	Likert

		yang berkaitan dengan mencari, memilih, menggunakan dan menilai untuk memenuhi kebutuhan	situasional 3. Pengaruh faktor social	
--	--	--	--	--