

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali dan memperoleh data mengenai pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi peserta PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

Metode penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif analisis deskriptif. Deskriptif yaitu menggambarkan dan menjelaskan secara jujur obyek penelitian sesuai dengan hasil penelitian. (Siregar, 2018, hlm. 12) Metode kuantitatif ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2019, hlm. 16)

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah di PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin yang berlokasi di Jalan Pangeran Hidayatullah RT. 006 RW. 001 No. 216, Banjarmasin Timur.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. (Sugiyono, 2019, hlm. 126)

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta pemegang polis yang aktif di PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin yang berjumlah 602 peserta dari tahun 2018-2022.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili). Apabila sampel yang diambil dari populasi tidak representative, maka seluruh populasi dijadikan sampel. (Sugiyono, 2019, hlm. 127)

Dalam penelitian ini sampel diambil menggunakan *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (sugiyono:2011) dalam (Akbar, 2013).

Kriteria peserta yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Telah menjadi peserta PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin sejak tahun 2018-2022.

b. Pernah melakukan Klaim terhadap asuransi yang dimiliki Peserta.

Dari kriteria tersebut sebanyak 75 pemegang polis yang memenuhi kriteria yang diajukan oleh penulis.

#### **D. Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan yang menjadi responden pada penelitian ini adalah peserta pada PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yang digunakan di dalam penelitian ini adalah literatur kepustakaan, data jumlah peserta setiap tahunnya pada PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang akurat, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Kuesioner atau Angket**

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

kuesioner tertutup. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.(Sugiyono, 2019, hlm. 200–201)

Kuesiner dibuat menggunakan Google Form dan kemudian link Google form di kirim kepada para peserta melalui bapak Sateria selaku Kepala Cabang PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia yang menyebarnya ke peserta-peserta nantinya.

## **2. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen resmi yang dihasilkan oleh karyawan PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin untuk memelihara rekaman dalam bentuk buku tahunan, arsip-arsip tentang peningkatan jumlah peserta PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin dan brosur-brosur iklan PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

## **F. Skala Pengukuran**

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu keputusan masyarakat menjadi peserta PT Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin dan empat variabel bebas yaitu: produk, harga, lokasi dan promosi.

Adapun jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sskala 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. (Sugiyono, 2017, hlm. 92)

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

**Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Prof. Dr. Sugiyono, 2017, hlm 92

Ketika telah diperoleh skor atau nilai untuk setiap item variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi peserta PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin, kemudian akan dijumlahkan secara keseluruhan.

### **G. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen akuisisi data adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang akan diamati. Secara khusus, fenomena ini disebut variabel penelitian.

Tabel 3. 2 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	No Item
Produk (X <sub>1</sub> )	- Terhindar dari unsur riba	Produk dari PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia terhindar dari unsur Riba.	1
	- Mudah dipahami	Produk yang ditawarkan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia mudah dipahami.	2
	- Menarik	Produk yang ditawarkan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia menarik.	3
	- Memuaskan	Produk yang ditawarkan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia memuaskan.	4
	- Sesuai kebutuhan	Produk yang ditawarkan. PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia dapat digunakan semua kalangan masyarakat.	5
			Produk yang ditawarkan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia mencakup kebutuhan Asuransi umum masyarakat

Harga (X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terjangkau</li> <li>- Sesuai</li> <li>- Adanya diskon</li> </ul>	Harga setiap produk yang ditawarkan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia terjangkau.	7
		Harga produk pada PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia dapat disesuaikan berdasarkan kemampuan konsumen	8
		Harga produk di PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia sesuai kualitas.	9
		PT. Asuransi Chubb Syariah selalu memberikan diskon pada konsumen yang berlangganan.	10
		Harga yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang di dapat.	11
Lokasi (X <sub>3</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mudah diakses</li> <li>- Strategis</li> <li>- Adanya fasilitas untuk konsumen</li> </ul>	Lokasi pemasaran PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia mudah di akses baik menggunakan mobil ataupun kendaraan bermotor.	12
		Lokasi pemasaran PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia sangat strategis.	13

		Lokasi pemasaran PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia sering dilalui angkutan umum.	14
		Lokasi pemasaran PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia berada di keramaian.	15
		Fasilitas yang disediakan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia memadai dan nyaman.	16
Promosi (X <sub>4</sub> )	- Menarik - Ada di sosial media - Penyampaian informasi yang jelas	Promosi yang dilakukan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia menarik minat bapak/ibu.	17
		Promosi penjualan yang dilakukan pegawai PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia secara langsung sangat baik.	18
		Promosi yang dilakukan PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia di media sosial dan website mudah ditemui.	19
		Penyampaian promosi yang dilakukan pegawai PT. Asuransi	20



		Chubb Syariah Indonesia sangat baik dan jelas.	
		Kemampuan Pegawai PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia menciptakan Hubungan baik dengan anggota.	21
Keputusan Peserta (Y)	- Adanya manfaat	Bapak/ ibu mengetahui manfaat asuransi untuk investasi masa depan/ perlindungan Aset.	22
	- Ada dorongan dari atau dari dalam	Keputusan/minat berasuransi muncul dari orang-orang sekitar yang juga berasuransi.	23
	- Memperkecil risiko		
	- Untuk kebutuhan	Memutuskan membeli produk di PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia cabang Banjarmasin karena setelah mengetahui informasi produk.	24
		Minat berasuransi muncul dari kehendak bapak/ibu dengan sendirinya.	25
		Bapak/ibu menyadari pentingnya berasuransi untuk memperkecil resiko yang tidak terduga.	26

		Berminat menggunakan jasa PT. Asuransi Chubb Syariah Indonesia karena untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.	27
--	--	---	----

Sumber: 1. Maulana. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Taqsih* di Koperasi Konsumen Syariah Arrahman Banjarmasin.  
2. Pradana, Dedhy, dkk. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor. 2017.

Berdasarkan indikator-indikator deskriptif pada tabel di atas dapat dikembangkan menjadi pernyataan berupa angket atau alat penelitian berupa pernyataan (kuesioner) yang benar asumsinya dan dapat dipercaya menurut skala Likert. Jumlah pertanyaan pada setiap item dalam penelitian ini diwakili oleh jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

## H. Teknik Pengolahan Data

### 1. Editing

Editing adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Tujuan dari pada editing adalah untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang sdh disesuaikan sampai sejauh mungkin.(Cholid Narbuko & Abu Achmadi, 2012, hlm. 153)

### 2. Koding

Koding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori. Biasanya klasifikasi dilakukan dengan cara memberi

tanda/kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.(Cholid Narbuko & Abu Achmadi, 2012, hlm. 154)

### **3. Tabulasi**

Tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel. Jawaban-jawaban yang sudah diberi kode kategori jawaban kemudian dimasukkan dalam tabel. (Cholid Narbuko & Abu Achmadi, 2012, hlm. 155)

## **I. Teknik Analisis Data**

### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2017, hlm. 147)

### **2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen (koesioner atau tes) yang digunakan untuk pengumpulan data, diperoleh dengan cara menghubungkan setiap variabel untuk setiap jawaban responden dengan skor total untuk setiap variabel, kemudian dibandingkan nilai standarnya. Dari hasil korelasi pada taraf signifikan 0,05 (5%) dan 0,01 (1%). Tingkat validitas instrument akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang bersangkutan. (Yuliardi & Nuraeni, 2017, hlm. 93)

## b. Uji Reabilitas

Reabilitas disini menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil persepsi suatu variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian reabilitas meliputi stabilitas ukuran dan konsisten internal ukuran stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun. Kestabilan ukuran dapat membuktikan kebaikan (goodness) sebuah ukuran dalam mengukur sebuah konsep. (Danang Sunyoto, 2012, hlm. 35)

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam kuesioner (angket) peneliti.(V. Wiratna Sujarweni, 2014) Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach*  $> 0.60$  maka kuesioner atau angket tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Jika nilai *Alpha Cronbach*  $< 0.60$  maka kuesioner atau angket tersebut dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Asumsi Normalitas

Analisis normalitas suatu data ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.(Danang Sunyoto, 2012, hlm. 119)

Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan uji normalitas sebaran dengan uji statistik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S). Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ , sebaliknya jika nilai signifikannya  $\leq 0,05$ , maka sebarannya dinyatakan tidak normal. (A. Kurniawan, 2014)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan untuk melihat apakah ada korelasi pada variabel-variabel independen dalam model regresi. Apabila terdapat korelasi, maka hubungan antara variabel dependen dan independen akan terganggu. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini akan menggunakan nilai *Variance Inflation Vector* (VIF). Nilai VIF tidak boleh lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak boleh kurang dari 0,1. (A. Kurniawan, 2014)

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak sama varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variasinya tidak sama/berbeda disebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Atau homoskedastisitas tidak terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Sebaliknya, Heteroskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik

menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang. Data yang baik adalah data yang heteroskedastisitas. (Danang Sunyoto, 2012, hlm. 135)

#### 4. Metode Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi berganda digunakan untuk mencari korelasi positif atau negatif antara variabel independent dan variabel dependen. Ketika memperkirakan nilai variabel dependen ketika nilai variabel independent berfluktuasi. Pada analisis ini diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel bebas produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu keputusan peserta ( $Y$ ). Adapun persamaan dari regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel dependen (keputusan peserta)

$a$  = Nilai Konstanta

$b$  = Koefisien Regresi

$E$  = Error

$X_1$  = Produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Lokasi

$X_4$  = Promosi

#### 5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah proporsi yang kebenarannya akan di uji, atau jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif

dapat berupa hipotesis satu variabel atau hipotesis dua variabel. Untuk mengukur hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dilakukan uji f dan uji t. Untuk menguji hipotesis, alat uji berikut akan digunakan:

a. Pengujian Hipotesis secara Parsial dengan Uji t

Pengujian hipotesis t Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel independent, variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Masyarakat menjadi Peserta (Y). (Gulla et al., 2015)

Menurut Ghozali (2005) dalam (Muhammad Rhendria Dinawan, 2010).

Dasar pengambilan keputusan terbagi menjadi dua yaitu, sebagai berikut:

1) Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Sebagai berikut:

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak

2) Membandingkan angka probabilitas signifikansi. Sebagai berikut:

Apabila nilai  $t_{signifikan} < 0.05$ , maka hipotesis diterima

Apabila nilai  $t_{signifikan} > 0.05$ , maka hipotesis ditolak

b. Pengujian hipotesis secara Simultan dengan Uji F

Pengujian hipotesis Uji F dalam penelitian ini secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variable bebas yaitu, Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) secara simultan (bersama) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Masyarakat menjadi

Peserta (Y). (Gulla et al., 2015) Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian.

- 1) Hipotesis diterima jika  $F_{\text{signifikan}} < 0,05$
- 2) Hipotesis di tolak jika  $F_{\text{signifikan}} > 0,05$

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independent. (Gulla et al., 2015)