

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Cooper dan Emory, 2008). Sumber data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berdasarkan hasil pengisian daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu. Data diperoleh dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) secara langsung kepada nasabah Prudensial di Yogyakarta.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Notoatmodjo, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah PT. Prudensial di Kota Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan

sampel dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan sebagai sampel konsumen yang sudah menjadi nasabah PT Asuransi Prudensial minimal selama 1 tahun.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Djarwanto dan Subagyo, 2011):

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z pada $\alpha/2$

α = Taraf signifikansi

E = Tingkat kesalahan pengambilan sampel maksimum yang diinginkan peneliti.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menetapkan tingkat kesalahan data yang masih dapat ditolerir (α) sebesar 5%. Dengan demikian, maka $Z_{1/2 \alpha} = 1,96$ (dari tabel Z). Besarnya deviasi sampling maksimum (tingkat penyimpangan/kesalahan maksimum yang bisa diterima) merupakan keputusan subyektif, dimana peneliti bebas menentukan besarnya, dengan ketentuan $E \neq 0$. Untuk penelitian ini, E ditetapkan sebesar 10% sehingga tingkat kebenarannya adalah 90%. Besar sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

= 96,04 (dibulatkan menjadi 100 responden)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian disajikan pada table 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator
1. Independen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	CRM merupakan strategi yang baik untuk tetap dapat menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah ada sebelumnya, karena dapat menekan pengeluaran yang berlebih dan tidak dibutuhkan, serta dapat menarik konsumen yang baru	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kemudahan konsumen mendapatkan informasi melalui media elektronik. b. Tingkat penggunaan aplikasi database konsumen c. Tingkat profesionalisme karyawan d. Tingkat pelayanan karyawan e. Tingkat kemampuan karyawan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen f. Tingkat kemudahan melakukan transaksi g. Tingkat ketersediaan pelayanan konsumen h. Tingkat penanganan keluhan i. Tingkat hubungan berkelanjutan j. Tingkat pengetahuan perusahaan mengenai data konsumen k. Tingkat keterlibatan konsumen (Imasari dan Nursalin, 2011)
2. Intervening Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakannya dengan yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan b. Kesesuaian produk atau pelayanan yang ditawarkan dengan harapan konsumen c. Tingkat kepuasan konsumen selama menjalin hubungan dengan perusahaan (Bhaskara, dkk, 2014)
3. Dependen Loyalitas konsumen	Loyalitas adalah kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak berpindah ke merek lain b. Mengajak orang lain untuk membeli c. Mengatakan hal yang positif d. Menyarankan teman untuk membeli e. Menjadikan pilihan pertama dalam membeli f. Pilihan terbaik g. Bersedia membayar lebih (Kotler dan Killer, 2012)

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner). Kuesioner adalah kumpulan dari daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang (dalam hal ini adalah responden), dan cara menjawab juga dilakukan dengan tertulis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat tidak setuju

(STS) skor 1, Tidak setuju (TS) skor 2, Netral (N) skor 3, Setuju (S) skor 4, dan Sangat setuju (SS) skor 5. Berdasarkan sumbernya, maka data yang digunakan adalah data primer, dalam hal ini seluruh nasabah menjadi responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner kepada responden mengenai masalah yang berhubungan dengan data yang diperlukan yang merupakan data primer.

E. Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian

Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2007) suatu instrument dikatakan valid apabila instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisi item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Ghazali (2013) apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka item pertanyaan dari kuisisioner adalah valid tetapi apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka item pertanyaan dari kuisisioner tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas sampel ini digunakan testing kehandalan "*Croanbach Alpha*" yang akan

menunjukkan ada tidaknya konsistensi antara pertanyaan dan sub bagian kelompok pertanyaan. Konsistensi internal, ditujukan mengetahui konsistensi butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur *construct*. Suatu *construct* atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013).

F. Analisis Data Dan Uji Hipotesis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif (Umar, 2000).

2. Regresi Linier Sederhana

Menurut Elcom (2010) Regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variable independen (x) dengan variable dependen (y). analisis ini untuk menganalisis arah hubungan antara variable independen dengan variable dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variable independen mengalami kenaikan atau penurunan, data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio, rumus regresi liner sederhana sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksian)

X = Variabel independen

A = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

B = Kofisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

- 1) Jika nilai *p-value* (*sig*) $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai *p-value* (*sig*) $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi (*R square*) akan terletak antara 0 sampai dengan 1. Koefisien *R square* akan bernilai 0 apabila tidak ada variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika semua variasi variabel bebas dijelaskan oleh variabel terikat maka *R square* akan bernilai 1.

3. Metode Sobel

Di dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2009) suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (*independen*) dan variabel criterion (*dependen*).

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow M$ (**a**) dengan jalur $M \rightarrow Y$ (**b**) atau **ab**. Jadi koefisien **ab** = (**c** - **c'**), dimana **c** adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M,

sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. *Standard error* koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb , besarnya *standard error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh mediasi (Ghozali, 2005).