

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Irawan (2006:35), kata kuantitatif memiliki arti adanya hubungan dengan angka (kuantita), baik dalam hasil pengukuran, analisis data, maupun penafsiran atau penarikan kesimpulan, yang semua analisisnya tersebut menciptakan sebuah angka. Dengan pengertian lain kata kuantitatif itu sendiri lebih mengacu kepada sebuah “keakuratan” dengan deskripsi dimana setiap variabel satu dengan variabel yang lain memiliki hubungan yang kuat.

Alasan peneliti menggunakan penelitian kausalitas atas dasar kesesuaian dengan sifat masalah yang saling berhubungan antara sebab dan akibat pada variabel yang ada dalam penelitian ini. Alasan lainnya tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel dependen, dan variabel independen.

Agar tidak menyimpang dari rumusan masalah serta mendapatkan hasil yang diinginkan secara tepat, maka penulis membatasi pembahasan ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini diperoleh dari PT. *Prudential Life Assurance*.
2. Fokus penelitian ini adalah membahas mengenai kualitas pelayanan, *brand image* serta kepuasan dan loyalitas pelanggan tahun 2018 – 2019 pada PT. *Prudential Life Assurance*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian, dengan kesimpulan apabila seseorang ingin meneliti semua variabel yang terdapat dalam penelitian, maka penelitiannya itu disebut dengan penelitian populasi (Arikunto).

Populasi dalam penelitian ini diambil dari salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yaitu pada PT. *Prudential Life Assurance*.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* berdasarkan laporan hasil kuisisioner dengan tujuan untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Tujuan dari *purposive sampling* adalah untuk mengurangi potensi bias manusia dalam pemilihan kasus yang akan dimasukkan dalam sampel. Ini dianggap sebagai cara yang adil untuk memilih sampel dari populasi yang lebih besar karena setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih (Sugiyono, 2001).

Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini ialah :

1. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. *Prudential Life Assurance*.
2. Penilaian konsumen terhadap *brand images* pada PT. *Prudential Life Assurance*.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan suatu variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat atau dengan kata lain variabel bebas merupakan penyebab terbentuknya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

3.3.1.1 Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karena apabila penilaian pelanggan atau konsumen dalam suatu produk perusahaan bagus maka pelanggan memiliki tingkat kenyamanan yang besar dan merasa puas sehingga semakin loyal terhadap perusahaan tersebut. Adapun penelitian ini menggunakan (2) indikator pengukur yaitu :

1. Tindakan
2. Manfaat

3.3.1.2 Brand Image (X2)

Brand Image merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Karena semakin banyak dikenal dan diketahui orang maka citra penilaian suatu perusahaan dapat membuat pelanggan merasa puas serta akan

membuat semakin loyalnya pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) indikator pengukur yaitu :

1. Citra Produk
2. Citra Perusahaan

3.3.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dapat didefinisikan sebagai keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan merka dan ketika perusahaan memiliki pelanggan yang merasa puas maka merka para pelanngan itu sendiri akan memiliki jiwa yang loyal dan bisa dipastikan produk dari perusahaan tersebut memiliki nilai yang unggul dikarenakan pelanggan tidak berpaling dari perusahaan tersebut tetapi masih tetap loyal dengan keunggulan perusahaan tersebut. Adapun dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) indikator pengukur yaitu :

1. Sistem Keluhan
2. *Ghost Shopping*
3. Survey Kepuasan Pelanggan

3.3.3 Oprasional variabel dan pengukuran

Variabel merupakan atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu objek dengan objek lainnya (Sugiyono, 2014). Sedangkan definisi operasional akan menunjukkan indikator atau konstrak yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator Pengukur	Item
----	----------	----------	--------------------	------

		<p>membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Sedangkan Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai bentuk tertinggi dari kepuasan konsumen yang menjadi tujuan dari setiap bisnis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ghost Shopping</i> - Survey Kepuasan Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Analisis - Pelanggan Setia - Ekspektasi Pelanggan
--	--	--	--	--

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* berdasarkan laporan hasil kuisisioner dengan tujuan untuk mendapatkan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini ialah :

1. Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. *Prudential Life Assurance*.
2. Penilaian konsumen terhadap *brand images* pada PT. *Prudential Life Assurance*.

Instrumen penelitian itu sendiri merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2014:102). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner terbuka, dimana pengertiannya merupakan suatu kuisisioner yang berbentuk sedemikian rupa sehingga seorang responden hanya diminta untuk memilih salah satu jawaban yang mencerminkan karakteristik dirinya sendiri dengan

memberikan tanda silang (X) atau *checklist* (\surd), (Riduwan, 2009).

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan valid sesuai dengan respon para pelanggan, maka jumlah data yang peneliti gunakan ialah menyebarkan sebuah kuisisioner dengan 10 pernyataan dengan kuota 50 lembar kuisisioner kepada 50 orang.

Pengumpulan data penggunaan kuisisioner merupakan metode yang paling tepat untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Karena keterbatasan waktu, anggaran dan faktor lainnya, peneliti memutuskan untuk mendistribusikan kuisisioner secara online. Peneliti merancang kuisisioner dengan menggunakan *Google Docs* dengan alasan kemudahan dibandingkan dengan kuisisioner dicetak. Peneliti juga menggunakan email dan juga media sosial sebagai sarana untuk mendistribusikan kuisisioner.

Peneliti memperoleh data yang dibutuhkan berdasarkan dari keterangan dan informasi yang diberikan kepada responden melalui kuisisioner yang disebar dengan metode skor. Pemberian skor menggunakan skala likert 5 poin sebagai berikut:

- 1 = Sangat setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Cukup
- 4 = Kurang setuju
- 5 = Sangat kurang setuju

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan dari seluruh sampel perusahaan.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk menghasilkan model yang baik dalam suatu penelitian, maka perlu dilakukannya pengujian asumsi klasik terlebih dahulu. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik yaitu untuk memberikan adanya kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan estimasi, tidak bias, dan bisa dikatakan konsisten. Tetapi

apabila terdapat penyimpangan asumsi klasik (negatif) maka hasil estimasi tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Ada pula beberapa uji asumsi klasik yang dapat mendeteksi adanya penyimpangan ialah : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

3.5.2.1 Uji Normalitas

Memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdistribusi dengan normal atau tidak (Ghozali, 2009).

Salah satu metode yang bisa digunakan ialah menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*, dapat dilakukan dengan membandingkan *Asymptotic Significance* dengan $\alpha = 5\%$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymptotic Significance* $> 0,05$ (Santoso, 2004:212).

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi, serta memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Menurut Imam Ghozali (2001), untuk mendeteksi ada atau tidaknya uji multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu model regresi sangat tinggi, tetapi secara individu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi antar variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (diatas 0,90) maka ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
3. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Menurut Ghozali 2011, nilai *tolerance* $< 0,10$ = nilai VIF < 10 . Tujuannya untuk menunjukkan multikolinearitas dan mengetahui variabel independen saling berhubungan secara *linear* atau tidak.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2009), uji autokorelasi memiliki tujuan apakah model regresi yang terdapat dalam korelasi kesalahan pengganggu pada periode (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode ($t-1$) sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dapat diartikan terjadi masalah autokorelasi.

Uji autokorelasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif. (Santoso,2000:219).

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi terjadi perbedaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain bernilai tetap atau sama, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya uji ini adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat ($ZPRED$) dengan residualnya ($SRESID$), titik menyebar dengan pola tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6 Metode Pengujian Hipotensis

3.6.1 Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian

ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan menjelaskan variasi yang ada dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil dapat menunjukkan kemampuan suatu variabel independen dengan semua informasinya untuk memprediksi variasi variabel dependennya, Ghazali (2011). Tidak ada hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen jika $R^2 = 0$, tetapi terdapat hubungan sempurna jika koefisien determinasi $R^2 = 1$.

3.6.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Kegunaan uji statistik t lainnya dapat melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain yang bersifat konstan. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau ($\alpha=5\%$). Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- a. Hipotesis akan ditolak jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$.
- b. Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$.