

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Sedangkan berdasarkan eksplanasinya, penelitian ini merupakan penelitian korelasional/asosiatif, dimana penelitian ini dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.<sup>72</sup>

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objek penelitian.<sup>73</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada nasabah AJB Bumiputera Syariah kantor cabang Semarang.

#### 3.2 Populasi Dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Dalam buku Suryani, menurut Sekaran (2006) populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal yang ingin peneliti investigasi.<sup>74</sup>

Sementara Sugiyono mendefinisikan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan

---

<sup>72</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif (Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam)*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015, h.119.

<sup>73</sup> *Ibid*, h.171.

<sup>74</sup> Suryani, *Metode...*, h.190.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>75</sup>

Dengan demikian, populasi merupakan sekelompok orang yang memiliki karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah AJB Bumiputera Syariah kantor cabang Semarang yang menjadi pemegang polis Mitra Iqra'. Populasi pada penelitian ini berjumlah 937 nasabah.

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan digunakan sebagai objek penelitian.

Menurut Suryani, sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.<sup>76</sup> Dengan demikian sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisir sebagai populasi.<sup>77</sup>

Karena populasi yang luas, serta mempertimbangkan efisiensi waktu dan biaya, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *cluster sampling*. *Cluster sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan cluster atau kelompok tertentu.

Dalam penelitian ini populasi dibagi menjadi beberapa cluster berdasarkan wilayah. Proporsi sampel dapat dilihat pada Tabel 3.1.

---

<sup>75</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 8.

<sup>76</sup> *Log.Cit...*, h. 192

<sup>77</sup> *Ibid.*

**Tabel 3.1**  
**Cluster Sampling berdasarkan wilayah**

Kota	Jumlah	Presentase
Semarang	523	55,17 %
Kendal	149	15,87 %
Salatiga	162	17,3 %
Demak	49	5,29 %
Lain-lain	54	5,77 %
<b>Total</b>	<b>937</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data sekunder, 2016.

Berdasarkan tabel tersebut, cluster yang akan dijadikan sampel adalah wilayah Semarang dengan presentase 55,77 %. Sampel tersebut nantinya akan diambil secara acak.

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:<sup>78</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = standar error atau persen kelonggaran karena ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir, yaitu 10 %.

Maka sampelnya adalah:

$$n = \frac{937}{1 + 937(0,1)^2}$$

$$n = 90,35 = 90$$

---

<sup>78</sup> Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : Kencana, 2010, h.164

Jadi, anggota populasi yang diambil menjadi sampel sebanyak 90 orang.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner atau angket. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.<sup>79</sup>

Kuisisioner dalam penelitian ini bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang jawabannya telah disediakan sebelumnya oleh peneliti. Sedangkan dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena tertentu.

Dengan skala ini responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap pertanyaan dengan memilih satu dari lima jawaban yang tersedia berdasarkan perasaan mereka. Selanjutnya untuk pertanyaan yang telah dibuat ditentukan skornya. Pemberian skor pada skala ini dimulai dari angka satu sampai dengan lima, dengan perincian sebagai berikut.<sup>80</sup>

**Tabel 3.2**  
**Alternatif Jawaban Responden**

<b>Simbol</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

<sup>79</sup> Suryani, *Metode...*, h. 174.

<sup>80</sup> Sugiyono, *Metode...*, h. 86.

### 3.4 Variabel Penelitian Dan Pengukuran Data

Variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai sebagai operasional dari konsep sehingga dapat diteliti secara empiris.<sup>81</sup> Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi variabel independen dan variabel dependen.

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *personal selling* (X1), dan karakteristik produk (X2).

#### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y).

---

<sup>81</sup> Singarimbun dan Effendi, *Metodologi Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2006, h. 42.

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala pengukuran</b>
<b><i>Personal Selling</i></b>	<i>personal selling</i> merupakan persepsi responden mengenai bagaimana cara pemasaran produk atau jasa yang dilakukan oleh agen asuransi Bumiputera .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendekatan</li> <li>- Persentasi</li> <li>- Penanganan keberatan</li> <li>- Menutup penjualan</li> </ul>	Skala Likert
<b>Karakteristik Produk</b>	Karakteristik produk adalah persepsi responden mengenai sifat-sifat atau aspek-aspek yang dimiliki oleh suatu produk yang mana sifat-sifat tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain produk</li> <li>- Fitur produk</li> <li>- Merek</li> </ul>	Skala Likert
<b>Keputusan Pembelian</b>	Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (1994) adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif dalam melakukan pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifikasi Kebutuhan</li> <li>- Pencarian informasi</li> <li>- Evaluasi alternatif</li> </ul>	Skala Likert

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *personal selling* dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian produk Mitra Iqra antara lain meliputi:

#### 3.5.1 Uji Instrumen

Uji Instrumen digunakan untuk mengukur instrumen yang digunakan dalam penelitian. Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas.

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian sejauh mana suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang ada.<sup>82</sup> Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor total dengan menggunakan rumus korelasi product moment, yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x^2)\}\{N\sum y^2 - (\sum y^2)\}}}$$

Keterangan :

R<sub>xy</sub> = Nilai validitas atau koefisien korelasi

N = Jumlah responden untuk diuji

x = Skor pertanyaan tertentu (variabel independent)

y = Skor pertanyaan total (variabel dependent)

---

<sup>82</sup> Singarimbun dan Effendi, *Metodologi Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2006, h. 122

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas secara umum menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Menurut Sarwono, Reliabilitas adalah konsistensi hasil pengukuran hal yang sama jika dilakukan dalam konteks waktu yang berbeda.<sup>83</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil pengukuran tertentu disetiap kali pengukuran dilakukan pada hal yang sama. instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.<sup>84</sup>

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menghitung indeks Reliabilitas yaitu dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yaitu:<sup>85</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_h^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = Varians total

Dengan rumus varian sebagai berikut:

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

---

<sup>83</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012, h. 85

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode...*, h. 172

<sup>85</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010, h. 176.



Dimana :

$n$  = jumlah sampel

$X$  = nilai skor yang dipilih

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu.

Menurut Wijaya, ada beberapa cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, sebagai berikut:

- 1) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat.
- 2) Membandingkan nilai Tolerance. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, maka dapat dikatakan tidak terjadi Multikorelasi. Sedangkan sebaliknya apabila nilai Tolerance kurang dari 0,10 maka dapat dikatakan terjadi multikorelasi.
- 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*Variance-Inflating Factor*). Jika  $VIF < 10$ , tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

#### 3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah:<sup>86</sup>

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokeditisitas.

### 3.5.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji t dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.<sup>87</sup>

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dengan residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak

---

<sup>86</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, h. 70.

<sup>87</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi...*, h. 160.

menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). analisis regresi linear berganda digunakan apabila variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (*personal selling* dan karakteristik produk) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Perumusan model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>88</sup>

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian (Variabel Dependen)

$\alpha$  = Konstanta

b1, b2 = koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

X1 = *Personal selling*.

X2 = Karakteristik produk

e = Variabel residu.

---

<sup>88</sup> Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2003, h. 236

### 3.5.4 Uji Statistik

#### 3.5.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Korelasi parsial dalam regresi berganda digunakan untuk melihat besarnya hubungan antara dua variabel yang bebas dari variabel lainnya. Yaitu untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas ( *personal selling* dan karakteristik produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t. Rumus yang digunakan :

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

t = nilai hitung

b<sub>1</sub> = nilai koefisien variabel independen (variabel X)

sb<sub>1</sub>= *standard error* dari variabel independen (variabel X)

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :<sup>89</sup>

- 1) Jika signifikan < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

---

<sup>89</sup> Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 63.

- 2) Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel.

#### 3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>90</sup> Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel *personal selling* dan karakteristik produk mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian.

Formula yang digunakan adalah:

$$F = \frac{R^2/K}{[1 - R^2][n - k - 1]}$$

Dimana:

K = banyaknya variabel bebas.

$R^2$  = koefisien determinasi.

$n-k-1$  = derajat bebas penyebut.

---

<sup>90</sup> Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2003, h. 231.

Kriteria penilaian yang dapat ditetapkan adalah:

1. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka variabel-variabel bebas digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.
2. Dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

#### 3.5.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Bagaimana kemampuan variabel  $X$  (variabel independen) mempengaruhi variabel  $Y$  (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan  $X$  menerangkan  $Y$ .<sup>91</sup>

Nilai akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai = 1 menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel  $X_1$  dan  $X_2$  mampu menerangkan variabel  $Y$  sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai = 0, menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik  $X_1$ , maupun  $X_2$ .

Menurut Lind, nilai  $R^2$  dikatakan baik atau kuat apabila nilai koefisien determinasi lebih besar dari 0,5. Apabila nilai koefisien berkisar 0,5 dikatakan sedang dan

---

<sup>91</sup> Algifari, *Statistika...*, h. 232

kurang dari 0,5 relatif kurang baik. Apabila nilai koefisien determinasi kurang dari 0,5 ada beberapa penyebab yang mungkin salah satu di antaranya adalah spesifikasi model yang salah yaitu pemilihan variabel yang kurang tepat atau pengukuran yang tidak akurat.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> *Ibid.*