

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Dalam setiap penelitian memerlukan adanya rancangan penelitian, karena dengan adanya sebuah rancangan penelitian seorang ahli akan mudah dan lebih cepat dalam menyelesaikan penelitiannya. Agar seorang peneliti memperoleh data yang valid dan sesuai dengan prosedur maka penelitian ini harus mengacu pada karakteristik variabe dan tujuan penelitian. Sesuai dengan judul yang telah ditetapkan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Prudential Syariah Kediri” maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil dari penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan data diskripsi dengan menggunakan angka statistk.<sup>1</sup>

Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variable, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (variabel x) dan kepuasan nasabah disini sebagai variabel terikat (variabel y).

---

<sup>1</sup> Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), 30

## B. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat, dua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X) serta variabel terkait yaitu Kepuasan nasabah (Y). Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Menurut Fandy Tjiptono dalam buku *Strategi Pemasaran* mendefinisikan bahwa “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketetapan dan keinginan, serta ketetapan dan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.<sup>2</sup>

**Tabel 3.1**  
**Indikator kualitas pelayanan**

| Variabel               | Variabel indikator                     | Deskripsi indikator  |
|------------------------|--|--|
| Kualitas Pelayanan (X) | Bukti langsung ( <i>Tangible</i> )     | Bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung.   |
|                        | Kehandalan ( <i>Reliability</i> )      | Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat, dan saran komunikasi. |
|                        | Daya Tangkap ( <i>Responsiveness</i> ) | Memberikan pelayanan dengan tanggap  |
|                        | Jaminan ( <i>Assurance</i> )           | segala sesuatu yang mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat                                 |

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andy, 2008) 247.

|  |                           |  |
|--|---------------------------|--|
|  |                           | dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keragu-raguan.                |
|  | Empati ( <i>Emphaty</i> ) | Kemudahan untuk melakukan hubungan komunikasi yang baik dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. |

Definisi oprasional dari variabel Y (kepuasan nasabah)

mengadopsi dari teorinya Muhammad dibukunya yang berjudul ekonomi mikro dalam prespektif islam tahun 2005 yaitu kepuasan konsumsi merupakan bagian dari teori perilaku konsumen. Kepuasan maksimal seorang konsumen akan dicapai apabila seluruh pendapatannya telah dibelanjakan dan saat terpenuhinya syarat maksimum, yaitu tercapainya kondisi dimana *utilitas marginal* dari mata uang terakhir yang dibelanjakan untuk orang lain. Menurut teori dari nasution dalam bukunya manajemen mutu pada tahun 2001, maka indikator yang digunakan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Kepuasan Nasabah**

| <b>Variabel</b>      | <b>Variabel indikator</b>         | <b>Deskripsi indikator</b>   |
|----------------------|-----------------------------------|--|
| Kepuasan Nasabah (Y) | Pelayanan yang memuaskan          | Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan                                  |
|                      | Karyawan tanggap membantu nasabah | Karyawan membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.                                  |
|                      | Kesopanan                         | Keramahtamahan dan sifat dapat dipercaya oleh pelanggan  |
|                      | Fasilitas fisik yang baik         | Perlengkapan yang cukup dan para pegawai yang profesional  |
|                      | Sarana komunikasi yang memadai    | Adanya sarana komunikasi yang memadai akan dapat mempermudah pelanggan dalam berinteraksi dan bertransaksi |

### **C. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini bertempat pada PT Prudential Syariah Cabang Kediri (KD3) Jln Kili Suci No.19 Kaliombo Kota Kediri.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenal generalisasi hasil penelitian. Jadi populasi bukan hanya

sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang telah dimiliki oleh objek ataupun subjek.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Prudential Syariah yang melakukan klaim pada tahun 2015-2018 sebanyak 99 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Sampel haruslah *representatif*, artinya yaitu mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa *generalisasi*. Kemudian untuk menentukan beberapa banyak sampel yang ada, maka menurut Suharsimi, yaitu sebagai berikut:

Sebagai sampel dalam penelitian ini, penyusun menggunakan batasan-batasan yang sesuai dengan prosedur penelitian kuantitatif. Bila mana subjek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, akan tetapi bilamana jumlah subjek lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25%. Penelitian ini akan mengambil jumlah sampel yaitu semua subjek dari nasabah Prudential Syariah yang telah mengalami *klaim* (hak/manfaat atas polis asuransi) di Prudential Syariah yaitu sebanyak 99 orang.

---

<sup>3</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan RAD* (Bandung : CV Alfabeta, 2007), 115.

## **E. Pengumpulan Data**

Maksud dari metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Metode kuisioner (angket)

Maksud dengan metode angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya menyangkut kepentingan umum yang dilakukan dengan mengeluarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan tertulis.

2. Metode interview

Metode interview biasanya disebut dengan istilah wawancara atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih. Fungsi metode ini adalah mendapatkan data-data yang belum diperoleh dari angket.

3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, buku-buku, majalah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan seluk-beluk suatu objek.<sup>4</sup>

## **F. Analisis Data**

Metode analisis data adalah proses mengtur urutan data, mengorganisasikanya ke dalam suatu pola kategori dan satuan uraian

---

<sup>4</sup> Husaini, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2001), 57.

dasar.<sup>5</sup> Metode ini dimaksudkan untuk menganalisis data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan, agar data yang obyektif melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis. Yaitu antara ada tidaknya atau seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT Prudential Syariah Cabang Kediri.

Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah:<sup>6</sup>

1. *Editing* (Membersihkan Data)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Dalam pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*. Jawaban dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

---

<sup>5</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 29.

<sup>6</sup> Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1986), 81

## 2. *Coding dan Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizingnya* adalah sebagai berikut:

- 1). Untuk variabel pertama, yaitu kualitas pelayanan (x)
  - 2). Untuk variabel kedua, yaitu kepuasan nasabah (y)
3. *Scoring* (memberi skor)

*Scoring* adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subyek, tiap skor dari pada tiap item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan) sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

| <b>Jawaban</b>                    | <b>Skor</b> |
|-----------------------------------|-------------|
| Untuk jawaban sangat setuju       | 5           |
| Untuk jawaban setuju              | 4           |
| Untuk jawaban netral              | 3           |
| Untuk jawaban tidak setuju        | 2           |
| Untuk jawaban sangat tidak setuju | 1           |

#### 4. *Tabulasi* (penyusunan tabel)

*Tabulasi* adalah membuat tabel-tabel yang berrisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang di butuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam kategori.

#### 5. *Processing*

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganilis data dengan metode statistik.<sup>7</sup>

### **G. Teknik analisis data**

#### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.<sup>8</sup>Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan bantuan SPSS 25.0.

---

<sup>7</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), 171-175.

<sup>8</sup> Purbayu Budi dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft dan SDSS* , (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

Metode yang digunakan dalam uji korelasi ini adalah menggunakan rumus *pearson product moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

$r_{hitung}$  = Koefisien korelasi r pearson

n = Jumlah sampel

$\sum xy$  = Jumlah skor total (seluruh item)

x = Jumlah skor variabel bebas

y = Jumlah skor variabel terikat

Selanjutnya dihitung dengan Uji t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$t_{hitung}$  = Nilai thitung

r = Koefisien korelasi hasil r hitung

n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (dk = n-2)

Kaidah keputusan:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid sebaliknya

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut:

Antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi

Antara 0,600 sampai dengan 0,799 : tinggi

Antara 0,400 sampai dengan 0,599: cukup tinggi

Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid).<sup>9</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>10</sup> Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25.0.

## 3. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi digunakan untuk mempermudah pembaca, data yang diperoleh kemudian diolah dan dideskripsikan. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi jiwa Prudential syariah kediri.

---

<sup>9</sup> Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 98.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 365.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak, karena yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal yakni data yang tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, *skewness*, dan kurtosis.<sup>11</sup>

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

##### c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji *Durbin-Watson*

##### d. Uji Korelasi

Korelasi merupakan istilah statistik yang menyatakan derajat berhubungan linier antara dua variabel atau lebih. Yang

---

<sup>11</sup> Sunjoyo, *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 219.

dikemukakan oleh Karl *person* pada awal 1900. Oleh karena itu terkenal dengan sebutan korelasi *Pearson Product Moment* (PPM).<sup>12</sup> Analisis ini menggunakan *pearson correlation* untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi jiwa Prudential Syariah. Korelasi *Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel tak bebas (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>13</sup>

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi nilai r *Product Moment***

| Besarnya "r"<br><i>Product Moment</i> | Interprestasi   |
|---------------------------------------|---|
| 0,00 - 0,20                           | Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya |
| 0,20 - 0,40                           | Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah   |
| 0,40 - 0,70                           | Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukup   |
| 0,70 - 0,90                           | Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi  |
| 0,90 – 1,00                           | Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi atau sangat kuat  |

<sup>12</sup>Ibid., 59.

<sup>13</sup> Husain Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197

### e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana perubahan nilai variabel dependen bila variabel independen dimanipulasi atau dirubah atau dinaik-turunkan.<sup>14</sup>

Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel kriterium (variabel loyalitas konsumen)

X = Variabel predictor (variabel kepercayaan)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier.<sup>15</sup>

### f. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian uji f yaitu:

- 1) Menentukan hipotesis nihil dan alternatif

---

<sup>14</sup> Husain Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, 219.

<sup>15</sup> Hussaini Usman dan Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik*, 219.

$H_0 : \beta = 0$ , artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen;

$H_0 : \beta \neq 0$ , artinya variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2) *Lefel of significant*  $\alpha = 0,05$

Derajad kebebasan (dk) : k-1 dan derajad kebebasan (dk2) : n-k

Derajad kebebasan (dk) : n-k

F tabel =  $\alpha = 0,05$  ; (dk1) ; (dk2)

3) Kriteria dan aturan pengujian

$H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ ;

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

4) Penghitungan nilai F

$$F_{hitung} = \frac{JKR / k}{\frac{JKS}{n} - k - 1}$$

5) Kesimpulan

Membandingkan antar  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.<sup>16</sup>

**g. Uji Signifikasi Regresi (Uji T)**

Untuk menguji bisa tidaknya model regresi tersebut digunakan dan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan

<sup>16</sup> Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

maka diperlukan pengujian statistik dengan cara Uji t. Uji t untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dilakukan uji t atau t-statistik. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t hitung lebih besar daripada t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>17</sup>

#### **h. Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.<sup>18</sup>

Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Kualitas pelayanan) dalam menjelaskan variabel terikat Y (kepuasan nasabah). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama

---

<sup>17</sup>Ali Anwar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya SPSS dan Excel* (Kediri: IAIT Press, 2009), 146.

<sup>18</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 83.

sekali tidak menerangkan variasi variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas mampu menerangkan variasi variabel terikat.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Ibid.,83.