

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode penelitian merupakan hal yang sangat penting karena berhasil tidaknya suatu penelitian dalam upaya pengujian kebenaran suatu hipotesis tergantung pada metode yang telah digunakan. Dalam penelitian ini membahas tentang hubungan kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran dengan intensi *turnover* pada agen asuransi di PT. Prudential *Life Assurance* Kediri.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menjelaskan nilai suatu variabel dengan mengolah data-data yang ada ke dalam satuan angka¹. Pendekatan kuantitatif digunakan bertujuan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas yaitu kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran dengan variabel terikat yaitu intensi *turnover*. Dalam setiap penelitian diperlukan adanya rancangan penelitian, karena dengan adanya rancangan penelitian seorang peneliti akan mudah dan lebih cepat menyelesaikan penelitiannya. Agar penelitian memperoleh data yang valid dan sesuai dengan prosedur maka penelitian ini harus mengacu pada karakteristik variabel dan tujuan penelitian.

¹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), 309.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kantor pemasaran Prudential yang terletak di Jalan Erlangga, Ngasem, Kediri.

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam-macam nilai atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.² Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a) Variabel Bebas (*Independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Variabel bebas yang diteliti yaitu Kecemasan terhadap Ketidakpastian Komisi Pemasaran.
- b) Variabel Terikat (*Dependent variable*) atau Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.³ Variabel terikat yang diteliti yaitu Intensi *Turnover*.

² Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60

³ *Ibid.*, 61-64.

D. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Indikator	Skala Pengukuran
Kecemasan terhadap Ketidakpastian Komisi Pemasaran	Perasaan khawatir yang akan dialami seseorang (agen asuransi) terhadap ketidakpastian mendapatkan komisi hasil pemasaran di masa yang akan datang, yang ditandai dengan gejala-gejala fisik, emosional dan mental.	a. Komponen fisik yaitu sakit perut, tangan berkeringat, mulut kering. b. Emosional yaitu panik dan takut. c. Mental atau kognitif yaitu gangguan perhatian dan memori, kekhawatiran dan bingung.	Ordinal
Intensi <i>Turnover</i>	Niat dan keinginan seseorang untuk berhenti dan meninggalkan organisasi tempatnya bekerja yang kemudian mencari pekerjaan baru yang lebih baik.	a. Keinginan untuk berhenti dari perusahaan b. Berpikir untuk mencari pekerjaan baru yang lebih baik	Ordinal

E. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Jadi, populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh suatu objek ataupun subjek. Adapun kriteria populasi target pada penelitian ini ialah agen asuransi/tenaga pemasar yang masih berstatus *agent* dan telah bekerja memasarkan produk perusahaan sekitar 120 orang.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵ Sampel harus representatif, artinya mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 89 responden menurut tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.⁶

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Random Sampling* yaitu sampel yang diambil secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁷ Jadi peneliti dapat memilih siapapun responden yang bersangkutan, dimana dan kapan saja ditemui agar dapat dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Alasan peneliti menggunakan teknik ini karena sifat anggota populasi adalah homogen atau memiliki karakter yang sama, yang mana setiap agen asuransi baru sama-sama memulai karir di dunia asuransi dari awal atau dari nol.

⁴ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 72

⁵ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Akasara, 2003), 105.

⁶ Ibid. 87

⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 75.

F. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.⁸ Dalam penelitian ini, data primer yaitu kuesioner berupa data identitas responden dan skala yang akan dijawab langsung oleh responden mengenai variabel-variabel kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran dan intensi *turnover* yang telah disebar oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti secara langsung berhubungan dengan subjek dan objek penelitian.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁹ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literatur atau profil yang lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder yaitu jurnal tentang kecemasan dan intensi *turnover*, koran Sindo, dan buku *PruFast Start* dari Prudential.

⁸ Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

⁹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data skala, yaitu sebuah instrumen pengumpul data yang bentuknya seperti daftar cocok tapi alternatif yang disediakan merupakan sesuatu yang berjenjang.¹⁰ Skala ini nantinya akan dibagikan kepada agen asuransi yang baru di PT. Prudential *Life Assurance* Kediri sebagai responden dalam penelitian ini. Kuesioner dan skala akan dibagi menjadi 3 bahan, yaitu :

- a. Bagian pertama merupakan pertanyaan-pertanyaan mengenai karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama bekerja.
- b. Bagian kedua merupakan skala mengenai kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran, yaitu :
 - a) Komponen fisik, meliputi sakit perut, tangan berkeringat, dan mulut kering.
 - b) Emosional, meliputi panik dan takut.
 - c) Mental atau kognitif, meliputi gangguan perhatian dan memori, kekhawatiran dan bingung.

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 142.

Tabel 3.2
Blue Print Skala Kecemasan terhadap Ketidakpastian Komisi Pemasaran

No.	Dimensi	Aitem		Total	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
1.	Fisik	3, 4, 7	1, 8, 13	6	27
2.	Emosional	2, 5, 12, 21	9, 11, 22	7	31,5
3.	Mental atau Kognitif	6, 10, 17, 20	14, 15, 16, 18, 19	9	41,5
Total				22	100

c. Bagian ketiga merupakan skala intensi *turnover*, yaitu:

- a) Keinginan untuk berhenti dari perusahaan.
- b) Berpikir untuk mencari pekerjaan baru yang lebih baik.

Tabel 3.3
Blue Print Skala Intensi *Turnover*

No.	Dimensi	Aitem		Total	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
1.	Keinginan untuk berhenti dari perusahaan	2, 4, 14	8, 11	7	44,8
2.	Berpikir untuk mencari pekerjaan baru yang lebih baik	3, 6, 7, 9, 12	1, 5, 10, 13, 15	8	55,2
Total				15	100

H. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh sampel yang mewakili populasi (responden) atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari

seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Di dalam analisis data penelitian, digunakan metode statistika yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21. Adapun langkah-langkah dalam mengolah data setelah terkumpul adalah :

a. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. Apabila instrumennya minim, perlu dicek sejauh mana atau identitas apa saja yang sangat diperlukan bagi pengolahan data lebih lanjut. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk kelengkapan lembaran instrumen, barangkali ada yang terlepas atau sobek).¹¹

b. Memberi tanda kode atau *coding*

Memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa. Tambahan lagi jika pertanyaan terdiri dari beberapa item dan jumlah kuesioner yang banyak serta variabel yang satu dengan yang lainnya memerlukan kode dan tanda-tanda tertentu seperti analisa dengan menggunakan komputer, maka hal pengkodean ini sangat diperlukan.

¹¹Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205.

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada data karakteristik responden dan kedua variabel, yaitu variabel kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran dan Intensi *Turnover*.

1. Karakteristik Responden

a) Usia

1 = 17-25 tahun

2 = 26-35 tahun

3 = 36-45 tahun

4 = 46-55 tahun

5 = >55 tahun

b) Jenis Kelamin

1 = Laki-laki

2 = Perempuan

c) Pendidikan Terakhir

1 = SD

2 = SMP

3 = SMA

4 = Perguruan Tinggi

d) Lama Bekerja

1 = <1 bulan

2 = 1 bulan

3 = 2 bulan

4 = 3 bulan

5 => 3 bulan

2. Data Variabel

a) Variabel bebas diberi kode : X : Kecemasan terhadap Ketidakpastian Komisi Pemasaran.

b) Variabel terikat diberi kode : Y : Intensi *Turnover*.

c. Memberi skor atau *Scoring*

Memberi skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuesioner yang disebar. Pemberian skor dibagi menjadi dua kategori, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Berikut ini cara pemberian skor pada penelitian ini:

Tabel 3.4
Pemberian Skor

<i>Favorable</i>	Keterangan	<i>Unfavorable</i>
4	Sangat Setuju (SS)	1
3	Setuju (S)	2
2	Tidak Setuju (TS)	3
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

d. *Tabulating*

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.¹² Dalam penelitian ini, tabulasi digunakan untuk memudahkan menghitung, dan memasukkan data atau hasil perhitungan ke dalam rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\Sigma F}{SN} \times 100\%$$

¹²M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

Keterangan:

P = Persentase

F = Frekuensi jumlah responden

SN = Jumlah jawaban responden secara keseluruhan

I. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.¹³ Pada tahap ini yang digunakan adalah analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.¹⁴ Uji validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS yaitu uji *Product Moment*.

b) Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹⁵ Pengujian relaibitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS yaitu uji *Alpha Cronbach*. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut¹⁶:

¹³Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

¹⁴Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2008), 122-123.

¹⁵Ibid., 365.

¹⁶Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

- 1) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan.

Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik :

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Non-Parametrik Kolmogrov Smirnov* (K-S). Jika nilai K-S tidak signifikan pada ($p=0,05$) dengan kata lain residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan membandingkan hasil uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov yaitu Asmpy Sign lebih besar dari 0,05, dan dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

2. Korelasi Pearson

Analisis ini untuk mengetahui kuatnya hubungan masing-masing variabel bebas X (Kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran) terhadap variabel terikat Y (Intensi *Turnover*), maka digunakan analisis korelasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

menggambarkan uji statistik korelasi pearson dengan program SPSS windows

21. Korelasi Pearson atau sering disebut Korelasi Product Moment (KPM) merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel. Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode korelasi pearson. Persamaan korelasi pearson dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:¹⁷

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2) (n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana :

r_{xy} = Korelasi antara variabel kecemasan terhadap ketidakpastian

komisi pemasaran dengan intensi *turnover*

x = variabel kecemasan terhadap ketidakpastian komisi pemasaran

y = variabel intensi *turnover*

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 95.