

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian menurut Sugiyono (2013: 38) yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Hermawan (2009: 52) bahwa variabel merupakan segala sesuatu yang memiliki variasi nilai. Menurut Hermawan (2009: 54) variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan ( $X_1$ ) (*interaction quality, psycal environtment quality, outcome quality*) dan reputasi perusahaan ( $X_2$ ) (*product and service, vision and leadership, workplace environment, financial perfomance, social responsibility, emotional appeal*) dan variabel terikat (Y) adalah kepercayaan konsumen (*ability, benevolence, integrity*). Dan unit analisis yang dijadikan objek adalah nasabah asuransi Zurich Gold Lion.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yang dilakukan antara bulan Januari sampai Mei 2016. Metode yang tepat untuk digunakan untuk penelitian ini ialah *cross sectional method*. Penggunaan metode tersebut dikarenakan penelitian hanya dilakukan selama periode tertentu dan tidak berkesinambungan dalam kurun waktu yang panjang. Seperti yang dikemukakan oleh Hermawan (2009: 89) suatu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada satu saat tertentu disebut dengan penelitian *cross sectional*. Menurut Husein Umar (2014: 42) *cross-sectional* adalah sekumpulan data untuk meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

## **3.2 Metode Penelitian**

### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Berdasarkan variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif. Menurut Asep Hermawan (2009:19) bahwa penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan memaparkan karakteristik dari beberapa variabel dalam suatu situasi. Adapun penelitian ini bermaksud untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh kualitas layanan dan reputasi terhadap kepercayaan nasabah. Sedangkan verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2010: 8) bahwa penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan, mengenai pengaruh kualitas layanan dan reputasi terhadap kepercayaan nasabah.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel (Silalahi, 2012:30). *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian. Selanjutnya menurut S Sreejesh et.al.,(2014:17) survei adalah teknik penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sampel responden dengan menggunakan kuesioner. Survei biasanya dilakukan untuk mendapatkan data primer.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Menurut Hermawan (2009: 95) mengoperasionalkan sesuatu konsep agar dapat diukur, dilakukan dengan cara melihat dimensi perilaku, aspek, atau karakteristik yang ditunjukkan oleh suatu konsep. Definisi variabel adalah segala sesuatu yang memiliki variasi nilai. Perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel untuk dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep

analitis maka. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah kepercayaan konsumen .

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut .

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

<b>Variabel/ Sub Variabel</b>	<b>Konsep Variabel/ Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No item</b>
Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2012: 157)				
Interaction Quality	Keunggulan yang dihasilkan dari interaksi interpersonal selama terjadinya proses pelayanan	Attitude	Tingkat keyakinan bahwa pihak Zurich akan memberikan layanan yang baik	Interval	1
			Tingkat keramahan pihak Zurich terhadap nasabah	Interval	2
			Tingkat keyakinan bahwa pihak Zurich tidak akan menipu	Interval	3
		Behaviour	Tingkat kecepatan tanggapan pihak Zurich dalam merespon permintaan nasabah	Interval	4
			Tingkat kesiapan pihak Zurich dalam membantu nasabah	Interval	5
		Expertise	Tingkat kemampuan agen dalam menjawab pertanyaan nasabah	Interval	6
			Tingkat kemampuan agen dalam memberikan pemahaman asuransi	Interval	7

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Psycal Environment Quality	Tingkat keunggulan lingkungan fisik yang dimiliki perusahaan	Ambient condition	kepada nasabah		
			Tingkat ketenangan ruangan kantor Zurich	Interval	8
		Design	Tingkat kenyamanan warna ruangan kantor Zurich	Interval	9
			Tingkat ketepatan penempatan fasilitas kantor	Interval	10
		Social Factor	Tingkat keindahan tata ruang kantor	Interval	11
			Tingkat banyaknya nasabah asuransi yang bergabung dapat mempengaruhi persepsi baik	Interval	12
	Tingkat keberadaan banyak nasabah saat bertransaksi mempengaruhi kenyamanan	Interval	13		
Outcome Quality	Keunggulan yang diterima dan dirasakan selama atau setelah menerima pelayanan	Waiting time	Tingkat ketepatan waktu pihak Zurich dalam menyelesaikan masalah nasabah	Interval	14
			Tingkat ketepatan waktu agen dalam mengadakan pertemuan	Interval	15
		Tangibel	Tingkat ketransparanan pihak Zurich dalam melayani dengan memberi bukti transaksi	Interval	16
			Tingkat keterbuktian manfaat klaim yang diberikan		17
		Valence	Tingkat perasaan lebih baik setelah melakukan	Interval	18

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			pertemuan dengan agen		
			Tingkat kebertambah keyakinan nasabah bahwa Zurich selalu memberikan layanan terbaik (setelah melakukan interaksi dengan pihak Zurich)	Interval	19
Reputasi (X <sub>2</sub> )	Reputasi perusahaan merupakan penilaian umum tentang perusahaan, dipegang oleh pegawai, konsumen, pemasok, distributor, pesaing, dan publik				
Product and service	Bagaimana sebuah perusahaan mengembangkan produk dan layanan yang inovatif, menawarkan kualitas tinggi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.	Produk dan layanan berkualitas	Tingkat kualitas produk asuransi Zurich	Interval	20
			Tingkat kualitas layanan asuransi Zurich	Interval	21
		Produk dan layanan inovatif	Tingkat inovasi produk asuransi Zurich	Interval	22
			Tingkat inovasi layanan asuransi Zurich	Interval	23
Vision and leadership	Perusahaan ini memiliki kepemimpinan yang kuat, memiliki jelas visi untuk masa depan untuk menjadi perusahaan yang besar.	Ketercapaian visi untuk menjadi perusahaan yang unggul	Tingkat ketercapaian visi Zurich untuk menjadi perusahaan yang unggul	Interval	24
		Kepemimpin perusahaan lebih unggul dibandingkan pesaing	Tingkat keunggulan kepemimpinan Zurich dibandingkan pesaing	Inteval	25
Workplace	Lingkungan kerja	Perusahaan	Tingkat kemampuan	Interval	26

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
environment	tampak seperti sebuah perusahaan yang akan memiliki karyawan karyawan yang baik	dikelola dengan baik	Zurich dalam mengelola perusahaan		
		Terlihat seperti perusahaan yang memiliki agen yang baik	Tingkat kesan baik terhadap agen Zurich	Interval	27
Financial performance	Perusahaan ini memiliki catatan profitabilitas yang kuat, memiliki manajemen risiko rendah, cenderung mengungguli pesaingnya, dan memiliki prospek yang kuat untuk pertumbuhan di masa depan.	Keuangan yang stabil	Tingkat kestabilan keuangan asuransi Zurich	Interval	28
		Tempat berinvestasi yang menguntungkan	Tingkat kemampuan asuransi Zurich menjadi tempat berinvestasi yang menguntungkan	Interval	29
		Pertumbuhan keuangan dimasa depan	Tingkat pertumbuhan keuangan dimasa depan	Interval	30
		Finansial perusahaan cenderung lebih unggul dari pesaingnya	Tingkat keunggulan finansial Zurich dibandingkan pesaingnya	Interval	31
Social responsibility	Perusahaan bertanggung jawab untuk mendukung masyarakat kearah yang lebih baik, dan mempertahankan standar yang tinggi dalam cara memperlakukan orang.	Dukungan pada isu sosial	Tingkat dukungan Zurich terhadap isu sosial	Interval	32
		Tanggung jawab pada lingkungan	Tingkat tanggung jawab perusahaan pada lingkungan	Interval	33
Emotional appeal	Pemangku kepentingan memiliki perasaan yang baik tentang perusahaan, mengagumi, menghormati dan	Kesan terhadap perusahaan	Tingkat kesan baik terhadap perusahaan dimata nasabah	Interval	34

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	percaya.				
		Percaya kepada perusahaan	Tingkat kepercayaan terhadap asuransi Zurich	Interval	35
Kepercayaan Konsumen (Y)	Kepercayaan sebagai kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain didasarkan pada harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak lain yang mempercayainya				
Ability	Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam memberikan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.	Kemampuan melayani nasabah	Tingkat kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich dalam melayani dengan baik	Interval	36
		Persepsi kehandalan	Tingkat kepercayaan akan kehandalan dalam mengerti keinginan nasabah	Interval	37
			Tingkat kepercayaan akan kehandalan asuransi Zurich dalam memprediksi kebutuhan nasabah	Interval	38
Benevolence	Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.	Peduli	Tingkat kepercayaan akan kepedulian asuransi Zurich terhadap nasabah	Interval	39
		Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah	Tingkat kepercayaan akan perhatian asuransi Zurich terhadap kebutuhan dan keinginan	Interval	40

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	kepuasan konsumen		nasabah		
		Penanganan keluhan nasabah	Tingkat kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich dalam menangani keluhan nasabah	Interval	41
Integrity	Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya.	Konsistensi	Tingkat konsistensi asuransi Zurich dalam memberikan layanan sejak pertamakali	Interval	42
	Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak.		Tingkat kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich untuk memenuhi janji yang diberikan	Interval	43
	Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.		Tingkat kepercayaan akan kemampuan Zurich dalam menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan		44

Sumber : Data diolah dari beberapa jurnal (2016)

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumber datanya di bagi menjadi dua, yaitu data primer (*primary data sources*) dan data sekunder (*secondary data sources*). Menurut Hermawan (2009: 168) yang dimaksud dengan data primer dan sekunder adalah :

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi
2. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari sejumlah data-data yang sudah ada melalui akses internet dengan mengunjungi sejumlah

situs maupun dokumen perusahaan, artikel, literatur dan situs-situs yang berhubungan dengan penelitian.

Memperjelas mengenai data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan beberapa informasi yang berkaitan dalam Tabel sebagai berikut :

**TABEL 3.2**  
**SUMBER DATA PENELITIAN**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Premi industri asuransi jiwa konvensional	Sekunder	OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam koran harian Bisnis Indonesia tanggal 1 Februari 2016
2	Perkembangan penetrasi asuransi di Indonesia dari AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia)	Sekunder	<a href="http://bisnis.liputan6.com/read/2349594/peran-asuransi-terhadap-pertumbuhan-ekonomi-masih-rendah">http://bisnis.liputan6.com/read/2349594/peran-asuransi-terhadap-pertumbuhan-ekonomi-masih-rendah</a>
3	Perkembangan nasabah pemegang polis tahun 2013-2015	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
4	Perkembangan jumlah pertanggungan	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
5	Perkembangan premi asuransi Zurich	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
6	Perkembangan berdasarkan produk	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
7	Total Polis Inforce	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
8	Persentase keluhan nasabah	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
9	Strategi untuk meningkatkan kualitas agen	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>
10	Kegiatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan	Sekunder	Asuransi Zurich <i>Gold Lion</i>

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber (2016)

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Hermawan (2009: 145) bahwa populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Untuk mendapatkan informasi tentang populasi. Sama halnya dengan yang paparkan oleh Sugiyono (2014: 389) bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dengan mempersempit populasinya, maka akan mendapatkan populasi sasaran dan yang dimaksud dengan populasi sasaran adalah populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian atau populasi yang benar-benar akan dijadikan sumber data. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah anggota nasabah asuransi Zurich cabang Bandung (*Gold Lion*) sebanyak 683 orang.

#### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Asep Hermawan (2009: 147) bahwa sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Selain itu menurut Sugiyono (2014: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini agar memperoleh sampel yang *representative* artinya sampel yang digunakan harus mewakili populasi, maka setiap subjek populasi diharapkan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini tidak keseluruhan dari total populasi akan penulis teliti karena memiliki karakteristik yang cenderung sama dan bersifat homogen. Selain itu ada beberapa faktor yang dapat dijadikan alasan, diantaranya: keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan keterbatasan waktu yang tersedia.

Beberapa alasan tersebut hanya sebagian dari objek populasi yang ditentukan, namun sebagian dari populasi tersebut diambil dapat mewakili sebagian lainnya yang tidak diteliti. Adapun rumus yang digunakan untuk mengambil suatu sampel dari sebuah populasi ialah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Ar-Rasyid, 1994)

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[ \frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) s}{\delta} \right]^2$$

(Harun Ar-Rasyid, 1994)

Keterangan:

N = Populasi

n = ukuran sampel

$n_0$  = Banyak sampel yang diambil

s = simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan Deming's Empirical Rule

$\delta$  = *bound of error* yang bisa ditolerir/ dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 38
- c. Nilai tertinggi skor responden :  $(38 \times 7) = 266$
- d. Nilai terendah skor responden :  $(38 \times 1) = 38$
- e. Rentang = Nilaitertinggi – Nilai terendah =  $266 - 38 = 228$
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviation*) diperoleh:  $S = (0,21) (228) = 46,88$   
Diperoleh  $S = (0,21)$  berdasarkan pengamatan dari hasil reponden yang telah menjawab kuesioner yang berskala 1-7, bahwa responden menjawab secara rata (two tail).
- g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana  $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[ \frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[ \frac{(1,96)(47,88)}{0,05} \right]^2 = \left[ \frac{93,8448}{0,05} \right]^2 = \left[ \frac{8.806}{0,05} \right] = 176,1 \approx 176$$

Nilai  $n_0$  sudah diketahui yaitu sebesar 176, setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti. Setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{176}{1 + \frac{176}{683}}$$

$$n = \frac{176}{1,25}$$

$$n = 140,8 \approx 141$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan  $\alpha = 0.05$  maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) minimal sebanyak 140 orang, agar sampel yang digunakan menjadi lebih representatif maka ditambahkan menjadi 150 sampel dalam penelitian ini.

### 3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengambil sampel. Menurut Jankowicz (1994: 146) bahwa sebagai pilihan yang

disengaja dari sejumlah orang, populasi, dari mana peneliti akan menarik kesimpulan tentang beberapa kelompok yang lebih besar, populasi, yang mewakili orang-orang ini. Menurut Hermawan (2009: 150) penarikan sampel probabilitas merupakan suatu prosedur objektif yang dalam hal ini probabilitas pemilihan diketahui terlebih dahulu untuk setiap unit atau elemen populasi. Setiap elemen memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel, sedangkan penarikan sampel non-probabilitas merupakan suatu prosedur subjektif yang dalam hal ini kerangka sampelnya tidak tersedia. Setiap elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Beberapa metode sampling probabilitas menurut Hermawan (2009: 150) yaitu “*simple random sampling, stratified random sampling, cluster sampling, dan systematic sampling*. Sedangkan metode sampling non probabilitas yaitu *convenience sampling, quota sampling, purposive/judgemental sampling* dan *snowball sampling*”.

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, maka peneliti tidak membeda-bedakan responden, karena semua memiliki hak yang sama. Populasi yang digunakan adalah sebanyak 683 orang yang merupakan nasabah asuransi Zurich *Gold Lion* 2015. Dari populasi tersebut sampel. Sampel yang didapatkan harus mewakili, untuk itu perlu itu perlu dilakukan langkah-langka untuk mendapatkan sampel. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membuat kerangka sampling
2. Menuliskan nama-nama anggota sampel yang ada pada kerangka sampling pada sepotong kertas yang berukuran sama
3. Setelah itu potongan kertas tersebut digulung
4. Potong-potongan nama yang ada tersebut dimasukkan kedalam sebuah wadah dan dipilih secara acak, setelah itu dikeluarkan responden. Nama-nama anggota tersebut yang akan dijadikan anggota sampel.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang paling penting dalam proses penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data agar dapat menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Langkah pengumpulan data sangat menentukan terhadap proses dan hasil penelitian yang dilaksanakan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Studi kepustakaan

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan menjadi landasan teori masalah yang diteliti. Dalam kepustakaan ini penulis membaca dan mempelajari buku-buku, literatur, *website*, dan materi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal tersebut ditujukan untuk memperoleh informasi serta gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

#### 2. Kuisisioner

Merupakan butir-butir pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden sebagai alat untuk memperoleh data mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2011: 142) bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Adapun langkah-langkah penyusunan kuisisioner dilakukan sebagai berikut:

- a. Menyusun kisi-kisi atau daftar pertanyaan
- b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternative jawaban. Jenis instrument yang digunakan dalam angket merupakan instrument yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan jawaban alternative jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
- c. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden diberi nilai dengan skala interval.

#### 3. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada nasasumber segala informasi yang dibutuhkan untuk melakukan

penelitian. Menurut Sugiyono (2012: 194) wawancara dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Wawancara terstruktur, digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpul datanya.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berkomunikasi langsung dengan *Agency Director (AD)* asuransi Zurich *Gold Lion*.

### **3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Hasil yang diharapkan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data yang akurat dan objektif. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen. Sedangkan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Benar atau tidaknya data akan sangat mempengaruhi hasil penelitian. Instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Rancangan uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21,0 for windows

#### **3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas**

Menurut Hermawan (2009: 128) bahwa validitas berkaitan dengan apakah akan mengukur apa yang seharusnya diukur. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan benar-benar mampu memberikan nilai peubah yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2014: 361) menyatakan bahwa validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek

penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menguji bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuisisioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n(\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)][n(\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

(Sugiyono, 2013: 248)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari atau sama dengan  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel di bawah ini:

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasi dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2013: 257)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$

4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Validitas yang akan diuji adalah dari instrumen kualitas layanan sebagai variabel  $X_1$ , reputasi sebagai variabel  $X_2$  dan kepercayaan nasabah sebagai variabel  $Y$ . Jumlah pertanyaan untuk variabel  $X_1$  adalah sebanyak 15 item, sedangkan untuk variabel  $X_2$  berjumlah 14 item, dan untuk variabel  $Y$  berjumlah 9 item. Pada variabel kualitas layanan item yang tidak valid adalah keyakinan bahwa pihak asuransi Zurich akan memberikan layanan yang baik kemampuan agen dalam menjawab pertanyaan agen, banyaknya nasabah asuransi yang bergabung dapat mempengaruhi persepsi baik, dan bertambah yakinan nasabah bahwa Zurich selalu memberikan layanan terbaik (setelah melakukan interaksi dengan pihak Zurich). Pada variabel reputasi item yang tidak valid adalah inovasi produk asuransi Zurich dan keunggulan finansial Zurich dibandingkan pesaingnya. Sedangkan pada variabel kepercayaan nasabah semua item valid. Item-item yang tidak valid tersebut dihilangkan dalam kuesioner dengan hasil uji validitas sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS LAYANAN**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
<b><i>Interaction Quality</i></b>				
1	Keramahan terhadap nasabah	0,497	0,361	Valid
2	Keyakinan bahwa asuransi Zurich tidak akan menipu	0,422	0,361	Valid
3	Kecepatan tanggapan dalam merespon permintaan nasabah	0,710	0,361	Valid
4	Kesiapan pihak Zurich dalam membantu nasabah	0,437	0,361	Valid
5	Kemampuan agen dalam memberikan pemahaman asuransi kepada nasabah	0,441	0,361	Valid
<b><i>Psycal Environment Quality</i></b>				
6	Ruangan kantor Zurich tenang	0,492	0,361	Valid
7	Warna ruangan kantor Zurich tenang	0,675	0,361	Valid

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
8	Penempatan fasilitas kantor tepat	0,469	0,361	Valid
9	Tata ruang kantor Zurich indah	0,604	0,361	Valid
10	Keberadaan banyak nasabah saat bertransaksi mempengaruhi kenyamanan	0,549	0,361	Valid
<b><i>Outcome Quality</i></b>				
11	Ketepatan waktu pihak Zurich dalam menyelesaikan masalah nasabah	0,407	0,361	Valid
12	Ketepatan waktu agen dalam mengadakan pertemuan	0,487	0,361	Valid
13	Ketransparanan pihak Zurich dalam melayani dengan memberi bukti transaksi	0,421	0,361	Valid
14	Keterbuktian manfaat klaim yang diberikan	0,416	0,361	Valid
15	Perasaan lebih baik setelah melakukan pertemuan dengan agen	0,419	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.0 *For Windows*)

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel kualitas layanan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *interaction quality* dengan item pernyataan kecepatan tanggapan dalam merespon permintaan nasabah dengan  $r_{hitung}$  sebesar 0,710. Nilai terendah terdapat pada dimensi *outcome quality* dengan item pernyataan ketepatan waktu pihak Zurich dalam menyelesaikan masalah nasabah dengan  $r_{hitung}$  sebesar 0,407. Adapun hasil pengujian koefisien validitas terhadap taraf signifikan tertentu, pada Tabel di atas, semua nilai  $r_{hitung}$  melebihi nilai  $r_{tabel}$ , menunjukkan bahwa adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan.

Hasil uji coba penelitian untuk variabel reputasi berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS 21.0 for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid, karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361. Berikut ini Tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel reputasi yang pada penelitian ini merupakan variabel  $X_2$ .

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS REPUTASI**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
<b><i>Product and service</i></b>				
1	Kualitas produk asuransi Zurich	0,453	0,361	Valid
2	Kualitas layanan asuransi Zurich	0,435	0,361	Valid
3	Inovasi layanan asuransi Zurich	0,539	0,361	Valid
<b><i>Vision and leadership</i></b>				
4	Ketercapaian visi Zurich untuk menjadi perusahaan yang unggul	0,633	0,361	Valid
5	Keunggulan kepemimpinan Zurich dibandingkan pesaing	0,620	0,361	Valid
<b><i>Workplace environment</i></b>				
6	Kemampuan Zurich dalam mengelola perusahaan	0,719	0,361	Valid
7	Kesan baik terhadap agen Zurich	0,459	0,361	Valid
<b><i>Financial performance</i></b>				
8	Kestabilan keuangan asuransi Zurich	0,598	0,361	Valid
9	Kemampuan asuransi Zurich menjadi tempat berinvestasi yang menguntungkan	0,515	0,361	Valid
10	Pertumbuhan keuangan dimasa depan	0,566	0,361	Valid
<b><i>Social Responsibility</i></b>				
11	Dukungan Zurich terhadap isu sosial	0,523	0,361	Valid
12	Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan	0,564	0,361	Valid
<b><i>Emotional appeal</i></b>				
13	Kesan baik terhadap perusahaan dimata nasabah	0,436	0,361	Valid
14	Kepercayaan terhadap asuransi Zurich	0,425	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.0 For Windows)

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel reputasi dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *workplace environment* dengan item pernyataan kemampuan Zurich dalam mengelola perusahaan yang bernilai 0,719 dan nilai terendah terdapat pada dimensi *product and service* dengan item pernyataan kualitas layanan asuransi Zurich 0,435. Sedangkan pengujian validitas dengan rumus statistik t menunjukkan hasil pengujian koefisien validitas terhadap taraf signifikan tertentu, semua nilai  $r_{hitung}$  melebihi nilai  $r_{tabel}$ , artinya bahwa adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan.

Hasil uji coba penelitian untuk variabel kepercayaan nasabah berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid, karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361. Berikut ini Tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel kepercayaan nasabah yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS KEPERCAYAAN NASABAH**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
<b><i>Ability</i></b>				
1	Kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich dalam melayani dengan baik	0,506	0,361	Valid
2	Kepercayaan akan kehandalan dalam mengerti keinginan nasabah	0,560	0,361	Valid
3	Kepercayaan akan kehandalan asuransi Zurich dalam memprediksi kebutuhan nasabah	0,544	0,361	Valid
<b><i>Benevolence</i></b>				
4	Kepercayaan akan kepedulian asuransi Zurich terhadap nasabah	0,582	0,361	Valid
5	Kepercayaan akan perhatian asuransi Zurich terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah	0,636	0,361	Valid
6	Kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich dalam menangani keluhan nasabah	0,493	0,361	Valid

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Ket
<b><i>Integrity</i></b>				
7	Konsistensi asuransi Zurich dalam memberikan layanan sejak pertamakali	0,619	0,361	Valid
8	Kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich untuk memenuhi janji yang diberikan	0,414	0,361	Valid
9	Kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich dalam menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan	0,420	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.0 *For Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel kepercayaan nasabah dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *benevolence* dengan item pernyataan kepercayaan akan perhatian asuransi Zurich terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah yang bernilai 0,636 dan skor terendah terdapat pada dimensi *integrity* dengan item pernyataan kepercayaan akan kemampuan asuransi Zurich untuk memenuhi janji yang diberikan bernilai 0,414, sedangkan pengujian validitas dengan rumus statistik  $r$  menunjukkan hasil pengujian koefisien validitas terhadap taraf signifikan tertentu, semua nilai  $r_{hitung}$  melebihi nilai  $r_{tabel}$ , artinya bahwa adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Asep Hermawan (2009: 128) bahwa reliabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas suatu alat ukur. Dapat dikatakan bahwa reliabilitas adalah ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Menurut Sugiyono (2014:183), “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut

Suharsimi Arikunto (2010:178) : “Reliabilitas adalah menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu”. Sugiyono (2013:172) mengemukakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Jika suatu Instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Perhitungan reliabilitas dalam pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

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

(Husein Umar, 2008: 170)

Keterangan:

$r_{11}$	=	Reliabilitas instrument
$k$	=	Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal
$\sigma_1^2$	=	Varian total
$\sum \sigma_b^2$	=	Jumlah varian butir soal

Selanjutnya untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrument terlebih dahulu item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varian item  $\sum \sigma_b^2$ , langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varian total.

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2008: 172)

Keterangan:

n : Jumlah responden

x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut.

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Layanan	0,730	0,361	Reliabel
2	Reputasi	0,737	0,361	Reliabel
3	Kepercayaan Nasabah	0,723	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.0 *For Windows*)

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan seperangkat cara untuk mengolah kebenaran suatu data. Teknik analisis data dirancang dan diarahkan untuk menjawab masalah yang telah diajukan. Menurut Anwar Sanusi (2011: 115) teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian,

sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan uji statistik yang relevan.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

3. Tabulasi Data

Tabulas data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada setiap item. Berikut diperlihatkan pada Tabel di bawah ini:

**TABEL 3.8**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju / Sangat Dipertimbangkan / Sangat Tepat / Sangat Menarik	Rentang Jawaban							Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Dipertimbangkan / Sangat Tidak Tepat / Sangat Tidak Menarik
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	
Negatif		1	2	3	4	5	6	7	

Sumber: modifikasi dari Riduwan (2010:91)

4. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linier ganda. Analisis linier ganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya.

#### 1. *Cross Tab* (Tabel Silang)

Dalam menganalisis data hasil jawaban responden dilakukan analisa *crosstab* yaitu merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Maholtra, 2009). Analisis *crosstab* merupakan analisa yang masuk dalam kategori statistik deskripsi dimana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontigensi yang menunjukkan suatu distribusi bersama dengan pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisa tabulasi silang adalah metode analisa yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan yang cukup jelas untuk menjelaskan hubungan antar variabel (Singarimbun, 2005: 273).

#### 2. Skor Ideal

Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan berbagai pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian cukup banyak sehingga diperlukan skoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Pemberian skoring dalam kuesioner harus memenuhi ketentuan dalam penentuan skoring. Berikut adalah rumus untuk mencari hasil skor ideal:

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \text{Skor interval tertinggi} \times \text{Jumlah item pertanyaan} \\ \text{tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}$$

$$\text{Nilai Indeks Minimum} = \text{Skor interval terendah} \times \text{Jumlah item pertanyaan} \\ \text{tiap dimensi} \times \text{Jumlah responden}$$

Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum] : skor interval tertinggi

Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

### 3. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis deskriptif variabel X (kualitas layanan dan reputasi)
- b. Analisis deskriptif variabel Y (kepercayaan nasabah)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.9 sebagai berikut:

**TABEL 3.9**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985:184)

#### 3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linier Ganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda, karena dalam penelitian ini menganalisis tiga variabel. Analisis ini dipergunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen ( $X_1$ ) yaitu kualitas layanan dan ( $X_2$ ) yaitu reputasi terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu kepercayaan nasabah. Dengan menggunakan teknik analisis linier ganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Uji normal adalah uji untuk mengukur apakah data yang dimiliki berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic parametric*. Adapun tujuan dari dilakukannya uji normalitas data adalah untuk

mengetahui apakah suatu variable normal atau tidak. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan normal probability plot. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada normal probability plot yaitu data kiri dibawah kekanan atas.

Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut:

- a. Tetapkan taraf signifikansi uji  $\alpha = 0,05$
- b. Bandingkan  $\alpha$  dengan taraf signifikansi yang diperoleh
- c. Jika signifikansi yang diperoleh  $>\alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- d. Jika signifikansi yang diperoleh  $<\alpha$ , maka sampel bukan dari populasi yang berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas Data

Uji linearitas regresi variable x atas variable y, dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linier antara variable x dan variable y. pengujian linearitas data dapat dibuktikan melalui  $F_{test}$  (Husaini dan R.Purnomo, 2008: 1130. Berdasarkan table ANOVA dapat diketahui besarnya F hitung meluali uji ANOVA atau Ftest sedangkan besarnya Ftabel diperoleh dengan melihat table F melalui DK pembilang (dk una cocok, k-2) dan dk penyebut (dk kesalahan, n-k) dengan taraf kesalahan (a)=0,10 Dengan kriteria penolakan hipotesis:  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterma dengan tingkat signifikansi  $<0,05$ . Jika sebaliknya  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2006: 105) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu dari satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Akibat

terjadinya heterokedastisitas maka setiap terjadi perubahan pada variable terikat mengakibatkan eroronya (residual) juga berubah sejalan atau kenaikan atau penurunannya. Dengan kata lain konsekkuensinya apabila variable terikat bertambah maka kesalahan juga akan bertambah (Gujarati, Domadar N., 188: 401). Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Gejala heterokedastisitas diuji dengan metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variable bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ( $\alpha = 0,05$ ) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji heterokedastisitas dalam metode Glejser adalah nilai  $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$  dan nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi masalah heterokedastisitas. (Suliyanto, 2011: 96).

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Jika variable bebas saling berkorelasi maka variable-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variable bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas ialah sebagai berikut:

- 1) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variable bebasnya banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable terikat.
- 2) Menganalisis matriks korelasi variable-variabel bebas. Jika ada korelasi yang cukup tinggi umumnya diatas 0,90 maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF)

#### 5. Analisis Linear Ganda

Menurut Sugiyono (2014: 277) analisis regresi ganda digunakan bila peneliti bermaksud memamalkan bagaimana keadaan (naik turunnya)

variabel dependen (kriteria), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber : Sugiyono (2014: 277)

Keterangan:

Y : variabel terikat

a : konstanta

$b_1, b_2$  : koefisien regresi

$X_1, X_2$  : variabel bebas

Untuk menyelesaikan persamaan tersebut, diperlukan rumus-rumus sebagai berikut:

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_2y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_1y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

(Muhammad Idrus, 2009: 186)

Rumus-rumus yang diperlukan untuk menghitung a,  $b_1$ , dan  $b_2$  adalah sebagai berikut:

1.  $\sum y^2 = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$
2.  $\sum x_1^2 = \sum x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}$
3.  $\sum x_2^2 = \sum x_2^2 - \frac{(\sum x_2)^2}{N}$
4.  $\sum x_1y = \sum x_1y - \frac{(\sum x_1)(\sum y)}{N}$
5.  $\sum x_2y = \sum x_2y - \frac{(\sum x_2)(\sum y)}{N}$
6.  $\sum x_1x_2 = \sum x_1x_2 - \frac{(\sum x_1)(\sum x_2)}{N}$

(Muhammad Idrus, 2009: 186)

$X_1$  dan  $X_2$  dikatakan dipengaruhi  $Y$  jika berubahnya nilai  $X_1$  dan  $X_2$  akan menyebabkan adanya perubahan nilai  $Y$ , artinya naik turunnya  $X_1$  dan  $X_2$  akan membuat nilai  $Y$  juga ikut naik turun. Dengan demikian, nilai  $Y$  ini akan bervariasi namun nilai  $Y$  yang bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh  $X_1$  dan  $X_2$  karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

### 3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji  $F$  dan uji  $t$  (*t-Test*).

#### 3.2.8.1 Uji $F$ (Keberartian Regresi)

Uji  $F$  pada regresi dilakukan untuk mengetahui apakah regresi dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan, dapat menggunakan uji keberartian regresi dengan prosedur sebagai berikut:

1.  $H_0$ : Regresi tidak berarti  
 $H_a$ : Regresi berarti
2. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas  $(n-k)$ , dimana  $n$ : jumlah pengamatan dan  $k$ : jumlah variabel.
3. Dengan  $F$  hitung sebesar:

$$F = \frac{JK(\text{Reg})/k}{JK(S)/(n - k - 1)}$$

(Sudjana, 2003:91)

Keterangan:

$F$  = Nilai  $F$

$JK(\text{Reg})$  = Jumlah kuadrat regresi

$JK(S)$  = Jumlah kuadrat sisa

$k$  = Jumlah variabel

$n$  = Jumlah pengamatan

4. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- b.  $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

### 3.2.8.2 Uji t

Uji keberartian koefisien regresi dilakukan melalui uji t dengan cara membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dari koefisien regresi tiap variabel independen. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi dari tiap variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah dalam melakukan uji t adalah sebagai berikut.

1. Menentukan formulasi hipotesis.

$H_{01} : \beta_1 = 0$  Kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah asuransi Zurich *Gold Lion*

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$  Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah asuransi Zurich *Gold Lion*

$H_{02} : \beta_1 = 0$  Reputasi tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah asuransi Zurich *Gold Lion*

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$  Reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah asuransi Zurich *Gold Lion*

2. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 dengan  $dk = n - k$

3. Menentukan kriteria pengujian.

- a.  $H_0$  diterima bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
- b.  $H_0$  ditolak bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

4. Menentukan nilai statistika t dengan rumus

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

(Sumber : Sudjana, 2003:111)

Keterangan :

$t_{hitung}$  = Nilai t

$b_i$  = Koefisien regresi variabel

$Sb_i$  = Standar *error* variabel

5. Membuat kesimpulan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak