

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2016). Sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berupa angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversikan menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut (Sugiyono, 2016). Tujuan penelitian deskriptif kuantitatif adalah untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau hubungan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2016).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Kantor Cabang PT. Sinarmas Kisaran Kabupaten Asahan. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2022.

**Tabel 3.1.
Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Tahun 2022															
		Maret		Apr – Agst				Sept - Okt				Nov – Jan					
		1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1.	Pengajuan Judul	■	■														
2.	Pembuatan dan Bimbingan Proposal			■	■	■	■	■									
3.	Seminar Proposal								■								
4.	Penelitian dan pengolahan data								■	■	■						
5.	Bimbingan Skripsi												■	■			
6.	Sidang Munaqosah														■		

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini populasi agen asuransi syariah PT. Sinarmas berjumlah 48 orang (Arsip Seluruh Agen PT. Sinarmas Cabang Kisaran, 2022).

Sampel adalah sebagian dari populasi, yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai hasil representasi dari populasi

secara keseluruhan dengan demikian sampel dapat dinyatakan sebagai dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti digeneralisasi terhadap populasi (Arikunto, 2011). Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh karena populasi kurang dari 100 maka seluruh agen asuransi dijadikan sebagai sampel yaitu berjumlah 48 agen.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber primer. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Sumber primer yang digunakan adalah agen asuransi syariah PT. Sinarmas yang ditetapkan sebagai responden. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa:

- a) Jawaban masing-masing responden yang diberikan kuesioner penelitian dan kemudian jawaban responden diproses menggunakan sistem analisis statistik SPSS 24.0.
- b) Hasil wawancara pihak terkait yaitu beberapa agen asuransi PT. Sinarmas, Kepala Bidang Personalia dan karyawan bagian umum.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang dikumpulkan oleh orang lain sebelum peneliti. Data tersebut bukan dihasilkan ataupun dikumpulkan peneliti melainkan diperoleh dalam bentuk yang sudah diolah (Sugiyono, 2016). Data sekunder yang digunakan adalah

- a) Arsip instansi PT. Sinarmas terkait sejarah, struktur organisasi PT. Sinarmas dan lain-lain,
- b) Buku-buku, penelitian terdahulu (jurnal), majalah dan dokumen yang berhubungan dengan penelitian.
- c) Sumber dari internet dan lain sebagainya.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah sebuah proses kompleks, yaitu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis atau psikologis (Sugiyono, 2016).

Observasi dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas yang ingin diteliti. Peneliti terjun langsung menjadi partisipan dalam pengumpulan data dan mengamati.

2. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner diberikan kepada agen asuransi syariah. Pemberian angket/kuesioner dilakukan dengan menyebarkan link dari *Google Form*.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk arsip, buku, dokumen, tulisan, angka dan gambar (Mardawani, 2022). Metode yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal, yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari perusahaan terkait.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan dilakukan dengan membagi kuesioner kepada agen asuransi PT. Sinarmas. Jawaban ditentukan berdasarkan Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam hal ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan metode pengukuran sikap dengan menyatakan setuju atau ketidak setujuannya terhadap suatu subjek, objek atau kejadian tertentu (Arikunto, 2011).

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Kriteria pengukuran variabel dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2.
Instrument Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2005)

G. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, ada dua variabel penelitian :

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain, biasanya dinotasikan dengan symbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *self efficacy* (X_1) dan strategi pemasaran (X_2)

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Merupakan variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas, biasanya dinotasikan dengan Y. variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja agen asuransi syariah PT. Sinarmas Kisaran.

Untuk lebih jelasnya operasionalisasi variabel penelitian yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3.
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Self Efficacy</i> (X_1) (Ghufron dan Rini, 2016)	Keyakinan seorang individu mengenai kemampuan dirinya dalam melakukan tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu	1. <i>Level</i> 2. <i>Generality</i> 3. <i>Strenght</i>	Skala Likert
Strategi Pemasaran (X_2) (Ismail, 2017)	Strategi pemasaran adalah suatu upaya mengenalkan produk, memperluas pasar sasaran dan meningkatkan penjualan kepada konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan	1. Pemilihan pasar 2. Pengembangan Produk 3. Sitem distribusi 4. Komunikasi pemasaran (promosi)	Skala Likert
Kinerja (Y) (Mangkunegara, 2009)	Hasil kerja pegawai dilihat pada aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh organisasi	1. Prestasi kerja 2. Keahlian 3. Perilaku 4. Kepemimpinan	Skala Likert

H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2016).

Pengujian Validitas instrument dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24.0, nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari apada angka kritik (r hitung $>$ r tabel) maka instrument tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi skala pengukuran. Instrument yang dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Berapa kalipun diambil, datanya tetap sama. Untuk pengujian reliabilitas skala pengukuran, maka variabel akan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* di atas nilai batas reliabilitas yaitu 0,60. Jika nilai reliabilitasnya di bawah 0,60 maka variabel penelitian dinyatakan tidak reliabel demikian sebaliknya jika di atas 0,60 maka variabel penelitian dikatakan reliabel (Arikunto, 2011).

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang ditetapkan telah dapat dilakukan analisis dan melihat apakah model prediksi yang dirancang telah dapat dimasukkan ke dalam serangkaian data, maka perlu dilakukan pengujian data. Untuk mendapatkan data model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas (Mulyno, 2022).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *plotting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2016).

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non paramatrik. Kolmogrov-smirnov (K-S) (Widana dan Putu, 2020).

H_0 : Data residual berdistribusi norma apabila nilai signifikan $> 0,05$

H_a : Residual tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan $< 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance inflation factor* (VIF). Pada model regresi yang baik, sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya dengan melihat (1) nilai *tolerance* dan lawannya, (2) *variance inflation factor* (Widana dan Putu, 2020).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0.10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi (Widana dan Putu, 2020).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

- a. Jika ada pola tertentu, serta titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan uji regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Persamaan/Model regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Agen

a = *Intercept*/konstanta

X₁ = *Self Efficacy*

X₂ = Strategi Pemasaran

B₁ = Koefisien Regresi *Self Efficacy*

B₂ = Koefisien Regresi Strategi Pemasaran

e = *Term of Error*

Pengaruh Variabel indenpenden terhadap Variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$.

J. Pengujian Hipotesis

1. Uji-F (Uji Simultan/serempak)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *self efficacy* dan strategi pemasaran terhadap kinerja agen asuransi syariah.

Model hipotesis dalam uji F adalah (Ghozali, 2016) :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$; (artinya variabel *self efficacy* dan strategi pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja agen asuransi).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$; (artinya variabel *self efficacy* dan strategi pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja agen asuransi).

Kriteria perkembangan usaha adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

2. Uji-t (Uji Parsial)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *self efficacy* dan strategi pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap kinerja agen asuransi (Mulyono, 2019).

Model Hipotesis dalam uji-t ini adalah (Ghozali, 2016) :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$;

(artinya *self efficacy* dan strategi pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja agen asuransi)

$H_a : b_1, b_2, b_3, \neq 0$;

(artinya *self efficacy* dan strategi pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja agen asuransi)

Kriteria kinerja adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

H_0 diterima jika t hitung $< t$ tabel pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika t hitung $> t$ tabel pada $\alpha = 5\%$

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai *R Square* (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2016).