

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan suatu fenomena yang disajikan dalam bentuk angka-angka matematis/statistik, tanpa mengkaji adanya hubungan antar variabel (Arikunto, 2010). Obyek penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan jasa layanan melalui fasilitas *e-commerce* pada BNI Life Syariah. Subyek penelitian ini adalah sistem *e-commerce* yang digunakan oleh BNI Life Syariah dalam melayani nasabahnya.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara menyebarkan angket/kuesioner yang bersifat tertutup mengenai persepsi nasabah terhadap sistem *e-commerce* yang digunakan oleh BNI Life Syariah, di mana responden sudah disajikan beberapa

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel menurut Ferdinand (2006) adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu peneliti membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis non probabilitas dengan teknik *convenience sampling*. Teknik ini berupaya untuk mendapatkan sebuah sampel yang tepat dari elemen populasi.

Responden ini adalah nasabah BNI Life Syariah yang pernah mengakses fasilitas layanan *e-commerce*. Dalam penelitian ini teknik penarikan atau pengambilan sampel diambil dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006). Dalam metode ini, setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dengan yang lainnya untuk dipilih menjadi anggota sampel melalui pertimbangan tertentu. Pemilihan sampel ini dilakukan karena peneliti memahami informasi yang dibutuhkan dan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang diperlukan dan

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008). Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan, di mana peneliti dapat memberi penjelasan mengenai tujuan survey dan pertanyaan yang kurang dipahami oleh responden serta tanggapan atas kuisisioner dapat langsung dikumpulkan oleh peneliti setelah diisi oleh responden. Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner berupa pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala interval, untuk memperoleh data yang jika diolah menunjukkan pengaruh atau hubungan antar variabel. Skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert berjenjang 1 – 5, dengan harapan agar respon yang dihasilkan dapat merupakan *intervally scaled data* (Ferdinand, 2006).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini bersifat tunggal (univariat), yaitu persepsi nasabah terhadap sistem *e-commerce* yang digunakan oleh BNI Life Syariah berdasarkan beberapa indikator sebagai berikut :

- 1) **Persepsi nasabah terhadap sistem *e-commerce* pada BNI Life Syariah yang**

- a. Nasabah telah menerima informasi yang lengkap tentang layanan *e-commerce* dari BNI Life Syariah.
- b. Nasabah dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang produk-produk asuransi syariah yang disajikan dalam *e-commerce* dari BNI Life Syariah.
- c. Nasabah sering mendengar informasi tentang produk-produk asuransi syariah yang disajikan dalam *e-commerce* dari BNI Life Syariah.
- d. Nasabah berupaya untuk melakukan pemilihan terhadap informasi-informasi produk asuransi syariah yang ada dalam fitur *e-commerce* dari BNI Life Syariah.
- e. Nasabah berusaha untuk mencari informasi yang detail mengenai produk asuransi syariah dari BNI Life Syariah.
- f. Nasabah berusaha untuk memusatkan perhatian terhadap informasi yang menurutnya cocok dengan kebutuhan akan produk asuransi syariah.

2) Persepsi nasabah mengenai upaya para agen asuransi BNI Life Syariah dalam memperkenalkan kinerja dari sistem *e-commerce* kepada nasabah, diantaranya :

- a. Layanan produk asuransi syariah *e-commerce* dari BNI Life Syariah merupakan layanan yang berkualitas.
- b. BNI Life Syariah adalah perusahaan asuransi BUMN yang selalu

- c. Premi yang dikenakan oleh BNI Life Syariah terhadap nasabah adalah kompetitif dan terjangkau.
- d. Proses transaksi *e-commerce* di BNI Life Syariah dapat dilaksanakan dengan cepat dan mudah.
- e. BNI Life Syariah selalu mengeluarkan produk-produk asuransi syariah yang berkualitas dan kompetitif.
- f. Program promosi *e-commerce* yang dilakukan oleh BNI Life Syariah mampu menarik perhatian nasabah.
- g. Sistem *e-commerce* pada BNI Life Syariah dapat dengan mudah diakses oleh nasabah di manapun dan kapanpun secara cepat dan stabil.

3) Persepsi nasabah terhadap kinerja sistem *e-commerce* sebagai media komunikasi pemasaran dengan para nasabah, diantaranya :

- a. Informasi-informasi yang tersaji dalam fitur *e-commerce* BNI Life Syariah mudah dipahami oleh nasabah.
- b. Informasi-informasi yang dikeluarkan oleh BNI Life Syariah mudah dilaksanakan oleh nasabah
- c. BNI Life Syariah harus selalu memberikan informasi di dalam *e-commerce* yang jelas, akurat, dan baru kepada setiap nasabah.
- d. Nasabah tertarik untuk memperhatikan setiap informasi yang tersaji di

- e. Nasabah memiliki pengetahuan yang cukup terhadap produk-produk asuransi syariah yang dikeluarkan oleh fitur *e-commerce* BNI Life Syariah.
- f. BNI Life Syariah selalu mengadakan evaluasi terhadap informasi dan produk asuransi syariah yang diluncurkan dalam fitur *e-commerce*.
- g. Informasi-informasi yang tersaji dalam fitur *e-commerce* BNI Life Syariah dapat mendorong nasabah untuk selalu loyal (*e-loyalty*).

F. Alat Analisis

Wannacot dan wonnacot (1978) mengemukakan bahwa pemakaian metode OLS memberikan empat keuntungan :

- a. Memangkatduakan estimasi dengan sendirinya meniadakan kelemahan kriteria pertama, karena pangkat dua bilangan negative adalah positif.
- b. Memangkat duakan gangguan estimasi telah meniadakan kelemahan kriteria kedua, yaitu memungkinkan untuk memperhatikan seluruh pengamatan.
- c. Memangkat duakan gangguan estimasi memungkinkan menarik satu garis yang paling tepat, analog dengan *teorema Pythagoras*.

G. Model penelitian

Alat uji statistik yang digunakan untuk analisis penelitian ini adalah multiple regression dengan menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS).

Sebelum diestimasi dengan metode *ordinary least square* (OLS), maka peneliti akan melakukan pengumpulan data primer, yang diperoleh dengan kuisioner yang menggunakan skala Likert kemudian diberi skor.

Model analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan nonprobabilitas untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap sistem *E-commerce* pada BNI Life Syariah dapat berbentuk fungsi sebagai berikut :

$$PN = F(JK, PD, PK, LN) \dots \dots \dots (1)$$

Dari fungsi tersebut, dispesifikasi ke dalam bentuk model ekonometrika sebagai berikut :

$$PN = a_0 + a_1JK + a_2PD + a_3PK + a_4LN + \mu$$

Dimana :

- PN : Persepsi Nasabah
- PD : Tingkat Pendidikan (SMA, DIII dan SI)
- PK : Pekerjaan
- LN : Lama Menjadi Nasabah
- μ : *error term*
- a : intercept
- a_1, a_2, a_3, a_4 : koefisien regresi

H. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur (Sukardi, 2008). Pengujian validitas dari instrumen penelitian dilakukan dengan menguji konsistensi antara item dengan kuesioner secara keseluruhan, atau disebut juga dengan konsistensi item-total. Dasar kerja yang digunakan adalah memilih item-item yang fungsi ukurnya selaras atau sesuai dengan fungsi ukur kuesioner seperti yang dikehendaki. Dengan kata lain, dasarnya adalah memilih item yang mengukur hal yang sama dengan apa yang diukur oleh kuesioner sebagai keseluruhan. Pengujian keselarasan fungsi item dengan fungsi kuesioner menghendaki dilakukannya komputasi koefisien korelasi antara distribusi skor pada setiap item dengan semua kriteria yang relevan yaitu distribusi skor kuesioner itu sendiri (Azwar, 2000). Adapun rumus korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor X (butir)

$\sum Y$ = Jumlah skor Y (total)

N = Jumlah kasus (Asrilanta, 2010)

Dalam kaitannya dengan masalah komputasi koefisien korelasi item dengan skor total, sedikitnya jumlah item yang ada akan mengakibatkan terjadinya *over-estimation* terhadap korelasi yang sebenarnya. Overestimasi ini disebabkan terlalu besarnya kontribusi masing-masing item dalam ikut menentukan skor tes. Dengan menghitung korelasi skor dengan bagian dari dirinya sendiri, tentu saja menyebabkan koefisien korelasinya cenderung menjadi tinggi. Kecenderungan tersebut disebut *spurious overlap*, sehingga terjadi overestimasi. Semakin sedikit item yang ada maka semakin besar *overlap* yang terjadi. Sebaliknya semakin banyak jumlah item maka akibat yang ditimbulkan oleh *spurious overlap* semakin kecil dan tidak signifikan. Sebagai pegangan kasar, bila jumlah item lebih dari 30 buah, maka umumnya efek *spurious overlap* tidak begitu besar dan karenanya bisa diabaikan sedangkan bila jumlah item kurang dari 30 buah maka pengaruhnya menjadi substansial sehingga perlu diperhitungkan. Untuk itu diperlukan suatu koreksi terhadap *efek spurious overlap* (Azwar, 2000).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_i(x-i) = \frac{r_{ix} s_x - s_i}{\sqrt{s_x^2 + s_i^2 - 2r_{ix} s_i s_x}}$$

Keterangan :

- $r_i(x-i)$ = koefisien korelasi item total setelah dikoreksi
- r_{ix} = koefisien korelasi skor item total sebelum dikoreksi
- s_i = deviasi standar skor suatu item

deviasi standar skor total

Batas kritis dari koefisiensi validitas adalah 0,3. Apabila koefisien validitas kurang 0,3 maka dianggap sebagai tidak memuaskan (Azwar, 2000).

2. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah (Azwar, 2000).

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2010) :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

R_{11}	=	reliabilitas instrument
K	=	banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	=	jumlah varians butir
σ_t^2	=	variens total

Kriteria dalam pengujian reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, menurut Sekaran (2003), adalah apabila didapatkan nilai *Cronbach's Alpha*, kurang

3. Uji Kesesuaian

Pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan uji t (t-test) dan uji-F serta perhitungan nilai koefisien determinasi (R).

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi statistik koefien regresi secara persial, sedangkan uji-F dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi statistik koefisien regresi secara bersama, koefisien determinasi (R) bertujuan untuk melihat kekuatan variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

I. Uji Hipotesa dan Analisis Data

Cara yang umum digunakan untuk menerangkan dan menganalisis hasil pengolahan data yang menggunakan satu variabel atau univariat yaitu *pertama*, dengan distribusi frekuensi untuk melihat susunan data dalam suatu tabel yang telah diklasifikasikan menurut kategori-kategori tertentu. Hal ini dapat digunakan untuk penelitian yang menggunakan data ordinal dengan menyimpulkan informasi tentang suatu indikator melalui penghitungan data mentah atau persentase dari distribusi frekuensi. *Kedua*, pada penelitian yang menggunakan skala ordinal juga dapat dilakukan pengukuran tendensi sentral yaitu median atau nilai tengah (*middle point*) dan modus atau nilai yang sering muncul (*frequently occuring number*) (Sekaran, 2003). Selanjutnya, untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap sistem *e-commerce* pada BNI Life Syariah Kantor Cabang Yogyakarta berdasarkan karakteristik demografi (umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah)