

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada perusahaan Asuransi yang ada di kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Dengan Objek Penelitian adalah Dukungan Pimpinan dan Audit Operasional serta Kinerja Bagian Pemasaran.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. (Sugiyono,2006:7)

Adapun metode analisis data yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu mengubah data-data kualitatif menjadi suatu ukuran data kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran secara sistematis tentang fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang terjadi.

Dalam menguji hipotesis, penulis melakukan penelitian atas dasar kuesioner dengan menggunakan perhitungan persentase, data yang berupa

jawaban-jawaban atas kuesioner inilah yang dijadikan dasar bagi penulis dalam menarik kesimpulan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat/nilai dari orang, objek/kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulannya.

Pada dasarnya, variabel merupakan suatu konsep yang diberi lebih dari satu nilai setelah mengemukakan beberapa pendapat berdasarkan konsep dan teori tertentu, kemudian perlu ditentukan variabel-variabel penelitian dan selanjutnya merumuskan hipotesis berdasarkan hubungan antara variabel yang berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Variabel suatu kelompok dalam objek penelitian yang diambil secara random

Sesuai dengan judul penelitian, yaitu **“Pengaruh Dukungan Pimpinan dan Audit Operasional Terhadap Kinerja Bagian Pemasaran”**, maka dalam penelitian terdapat variabel-variabel sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Adalah variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Sebaliknya variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya. Berdasarkan judul di atas, maka dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Dukungan Pimpinan dan Audit Operasional.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Adalah variabel tidak bebas yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel bebas. Berdasarkan judul di atas, maka dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kinerja Bagian Pemasaran.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Dukungan Pimpinan (X1)	Dukungan Pimpinan adalah merupakan Refleksi sikap positif pimpinan dalam memberikan respon terhadap suatu objek yang di hadapi (Saiffudin :1995)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tindak lanjut temuan auditor operasional ▪ Komitmen terhadap dukungan yang diberikan ▪ Tindak lanjut temuan auditor operasional 	Ordinal
Audit Operasional (X2)	Audit operasional adalah suatu proses yang sistematis dari penilaian efektivitas, efisiensi dan ekonomisasi operasi, suatu operasi, suatu organisasi yang di bawah pengendalian manajemen dan melaporkan kepada orang yang tepat hasil dari penilaian beserta rekomendasi untuk perbaikan. Amin Widjaja Tunggal (2008 : 4)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Independensi ▪ Kompetensi ▪ Pelaksanaan audit ▪ Pelaporan dan tindak lanjut 	Ordinal
Kinerja Pemasaran (Y)	kinerja karyawan adalah tingkat terhadap para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan. Henry Simamora (1999:50)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kedisiplinan ▪ Tanggungjawab pekerjaan ▪ Kejujuran ▪ Kemampuan kerjasama ▪ Kesetiaan ▪ Ketelitian kerja ▪ Inisiatif ▪ Kecakapan ▪ Kepemimpinan 	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian dilakukan secara langsung pada objek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data-data primer. Pengumpulan data-data primer tersebut dilakukan melalui:

- a. Observasi, yaitu penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu suatu metode penelitian yang meliputi pengumpulan data melalui interaksi verbal secara langsung antara pewawancara dengan responden/pihak perusahaan terkait.
- c. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar isian terstruktur yang diajukan oleh penulis kepada responden yang berhubungan erat dengan topik permasalahan, kuesioner yang penulis ajukan kepada responden mengacu kepada indikator dari variabel independen maupun variabel dependen.

2. Studi Kepustakaan (*Library Study*)

Teknik ini dilaksanakan untuk memperoleh data-data sekunder guna mendukung data-data primer yang diperoleh selama penelitian. Data sekunder ini diperoleh dari buku-buku serta referensi- referensi lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.2.4 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi objek dan benda lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek / subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. (Sugiyono, 2006:72).

Sedangkan menurut (Sekaran:2003) populasi dalam suatu penelitian adalah *the entrie group of people, event, or things of interst that researcher wishes to investigate.*

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian survei, dan dalam keadaan ini populasi yang dihadapi adalah populasi yang terhingga. Dari populasi tersebut kemudian ditentukan berapa besar populasi yang akan dijadikan sebagai sasaran penelitian, pada umumnya disebut populasi sasaran (*target population*). Populasi sasaran adalah populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Jadi, apabila dalam suatu hasil penelitian diperoleh suatu kesimpulan, maka kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi sasaran yang penulis teliti adalah subjek yang berhubungan dengan audit operasional dan dukungan pimpinan serta kinerja bagian pemasaran di (11) perusahaan asuransi yang ada di kota Tasikmalaya.

Adapun Perusahaan-Perusahaan Asuransi khususnya yang ada di kota Tasikmalaya sebagai berikut:

- 1) PT. Asuransi Jasa Indonesia (Jasindo) yang beralamat di Jl. Dr Sukarjo No. 57 Tasikmalaya 46132

- 2) PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) *Branch Office*, yang beralamat di JL.Dr Mohamad Hatta No.169 Tasikmalaya.
- 3) PT. Asuransi Bumiputra I yang beralamat di Jl. Sutisna Senjaya Tasikmalaya.
- 4) PT. Asuransi Bumiputra Syariah yang beralamat di Jl. Tentara Pelajar Tasikmalaya.
- 5) PT. Asuransi Aig Lippo yang beralamat di Jl. Yudanegara Tasikmalaya.
- 6) PT. Asuransi Central Asia Tbk (ACA), yang beralamat di Jl. Sutisna Senjaya no.67 Tasikmalaya
- 7) PT. Asuransi Sinar Mas yang beralamat di Jl. K.H Zaenal Mustofa Komplek Tasik Indah Plaza Tasikmalaya.
- 8) PT. Asuransi Allianz yang beralamat di Jl. K.H Zaenal Mustofa Komplek Tasik Indah Plaza Tasikmalaya.
- 9) PT. Asuransi Takaful yang beralamat di Jl. R.E. Martadinata Tasikmalaya
- 10) PT. Asuransi Bumi Asih Jaya yang beralamat di Jl. A. Yani no. 128, Tasikmalaya.
- 11) PT. Prudential Indonesia yang beralamat di Plaza Asia Jl. H.Z. Mustofa No. 326, Blok C 22A Tasikmalaya.

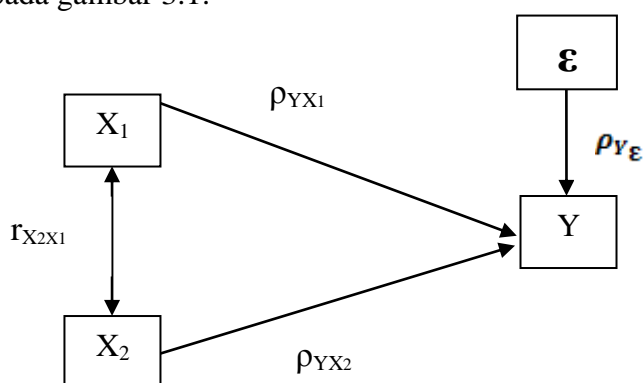
3.2.5. Sampel Penelitian

Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik

penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sehingga sampel penelitian sebanyak 5 perusahaan dari 9 perusahaan yang ada. Alasannya karena dari beberapa perusahaan asuransi yang ada, data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi penulis kurang memadai serta keterbatasan pegawai yang ada di perusahaan tersebut.

3.3 Model/Paradigma Penelitian

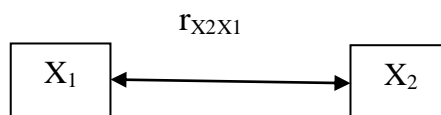
Dalam hal ini, sesuai dengan judul penelitian "Pengaruh Dukungan Pimpinan dan Audit Operasional Terhadap Kinerja Bagian Pemasaran", maka penulis membuat paradigma penelitian dalam bentuk diagram jalur yang digambarkan pada gambar 3.1:



Gambar 3.1
Paradigma Penelitian

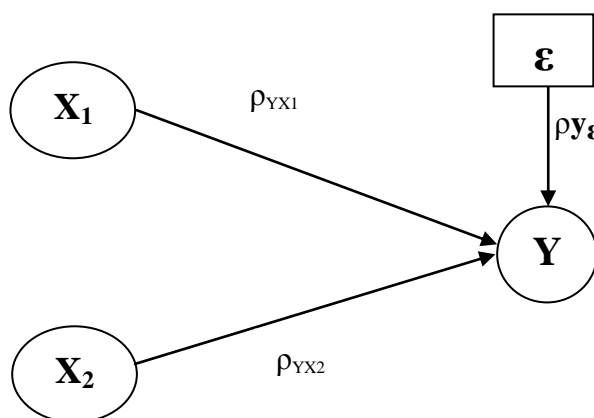
Keterangan :

- X_1 = Dukungan Pimpinan
- X_2 = Audit Operasional
- Y = Kinerja Bagian Pemasaran
- ϵ = Faktor-faktor lain yang tidak diteliti
- $\rho_{x_2x_1}$ = Koefisien korelasi variabel X_1 dengan variabel X_2
- ρ_{yx_1} = Koefisien jalur variabel X_1 terhadap variabel Y
- ρ_{yx_2} = Koefisien jalur X_2 terhadap variabel Y
- $\rho_{y\epsilon}$ = Koefisien jalur variabel ϵ terhadap variabel Y



Gambar 3.2
Hubungan X1 dengan X2

Dari gambar diatas dapat diartikan bahwa dukungan pimpinan mempunyai pengaruh terhadap audit operasional.



Gambar 3.3 Sub Struktur 1
Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y

Dari gambar diatas dapat diartikan bahwa dukungan pimpinan dan audit operasional mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran.

3.4 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian sebelum digunakan sebagai alat untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuesioner, harus terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian ini dilakukan agar pada saat penyebaran kuesioner, instrumen-instrumen penelitian tersebut valid dan reliabel, yang artinya alat ukur untuk mendapatkan data sudah dapat digunakan.

3.4.1. Pengujian Validitas

Untuk menguji validitas setiap butir maka skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai (X) dan skor total dipandang sebagai (Y). Dengan diperolehnya indeks validitas setiap butir dapat diketahui dengan pasti butir-butir manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau dari validitasnya. Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. . Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

3.4.2 Pengujian Reliabilitas

Penggunaan pengujian reliabilitas oleh penulis adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, maka penelitian menggunakan metode *internal consistency* dengan teknik belah dua/*split half* (*Spearman Brown*) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2 \times r_{XY}}{1 + r_{XY}}$$

Keterangan :

r_1 = Reliabilitas *internal* seluruh instrumen

r_{XY} = Korelasi *product moment* antara *item* ganjil dan genap

Setelah didapat nilai reliabilitas instrumen (r_{hitung}), maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya, jika $r_{hitung} \leq$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.5 Analisis Data dan Rancangan Pengujian Hipotesis

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya akan digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data diperlukan agar penelitian dapat menghasilkan hasil yang dapat dipercaya. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei lapangan dan penelitian kepustakaan. Adapun analisis data yang dilakukan penulis adalah menganalisis pengaruh audit operasional dan dukungan pimpinan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja bagian pemasaran.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis data dengan analisis jalur (*path analysis*) dengan mengolah data yang diperoleh dari responden. Maksud pengolahan data disini adalah pengolahan data mentah yang diperoleh dari

jawaban responden terhadap instrumen penelitian (kuisisioner) yang disebarakan, tujuannya untuk mentranspormasi data kualitatif kedalam data kuantitatif, sehingga dapat di analisis secara kuantitatif dengan metode statistik yang ditetapkan. alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar penyusunan atau kuesioner. Untuk menentukan nilai atau kuesioner, penulis menggunakan *Skala Likert*. Setiap *item* dari kuesioner tersebut yang merupakan pertanyaan positif dan pertanyaan negatif yang memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda :

Jawaban	Skor untuk pertanyaan positif	Skor untuk pertanyaan negatif
Selalu	5	1
Sering	4	2
Kadang-kadang	3	3
Jarang	2	4
Tidak pernah	1	5

Apabila data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dan dianalisis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji statistik. Untuk menilai variabel X1, X2 dan variabel Y, maka analisis yang digunakan berdasarkan batasan interval yang diperoleh dari nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuisisioner untuk mengetahui kriteria penilaian variabel X1,X2 dan variabel Y.

Dari struktur path analisis di atas, terdapat langkah-langkah yang digunakan yaitu:

1) Menghitung koefisien jalur $P_{X_2X_1} = r_{X_2X_1}$ dengan rumus

$$r_{X_iX_j} = \frac{n \sum_{h=1}^n X_{ih} X_{jh} - \sum_{h=1}^n X_{ih} \sum_{h=1}^n X_{jh}}{\sqrt{\left[n \sum_{h=1}^n X_{ih}^2 - \left(\sum_{h=1}^n X_{ih} \right)^2 \right] \left[n \sum_{h=1}^n X_{jh}^2 - \left(\sum_{h=1}^n X_{jh} \right)^2 \right]}} \quad (\text{Sitepu, 1994:19})$$

Koefisien korelasi ini akan besar jika tingkat hubungan antar variabel kuat. Demikian jika hubungan antar variabel tidak kuat maka nilai r akan kecil, besarnya koefisien korelasi ini akan diinterpretasikan pada tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2006, 183

2) Pengujian koefisien jalur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{yxi} = b_{yxi} \sqrt{\frac{\sum_{h=1}^n x_{ih}^2}{\sum_{h=1}^n y_h^2}} ; i = 1, 2, \dots, k \dots \dots (\text{Sitepu, 1994:17})$$

Keterangan :

ρ_{yxi} = Koefisien jalur dari Xi terhadap Y

b_{yxi} = Koefisien regresi dari variabel Xi terhadap variabel Y

3) Pengujian faktor residu/sisa

$$\rho_{yX_i} = \sqrt{1 - R^2_{y_1 x_1 x_2 \dots x_k}} \dots \dots \dots (\text{Sitepu, 1994:23})$$

$$\text{Dimana: } R^2_{y_1 \dots x_k} = \sum_{i=1}^k \rho_{yX_i} r_{yX_i}$$

4) Pengujian hipotesis operasional

- a) Menguji keberartian (signifikan) dari Pengaruh variabel bebas X_i dengan variabel bebas X_j

$$H_0 : \rho_{X_2 X_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_2 X_1} \neq 0$$

Dengan kriteria penolakan H_0 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Rumus statistik yang digunakan adalah :

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

(Sugiyono,2006:292)

- b) Pengujian secara simultan

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} \neq 0$$

Dengan kriteria penolakan H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

Uji signifikansi menggunakan rumus:

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{YX_1 X_2 \dots X_k}}{k(1-R^2_{YX_1 X_2})} \dots \dots \dots (\text{Sitepu, 1994:25})$$

Statistik uji ini mengikuti distribusi F dengan derajat bebas $V_1 = k$ dan

$$V_2 = n-k-1$$

c) Pengujian secara parsial

Hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_i} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_i} \neq 0$$

Uji signifikan menggunakan dua arah, dimana kaidah keputusannya sebagai berikut :

$$\text{Terima } H_0 \text{ jika } -t^{1/2} \alpha \leq t_{\text{hitung}} \leq t^{1/2} \alpha$$

$$\text{Tolak } H_0 \text{ jika } -t^{1/2} \alpha > t_{\text{hitung}} \text{ atau } t_{\text{hitung}} > t^{1/2} \alpha$$

Uji statistik menggunakan rumus :

$$t_i = \frac{\rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{YX_1 \dots X_k})}{(n - k - 1)(1 - R_{X_i X_1 \dots (X_i) \dots X_k})}}} ; i = 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1994;28})$$

Statistik uji di atas mengikuti distribusi t dengan derajat bebas n-k-1

Tabel 3.3
Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antara Variabel Penelitian

No.	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
1.	$Y \leftarrow X_1 \rightarrow Y = (\rho_{YX_1})^2$	$Y \leftarrow X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow Y$ $(\rho_{YX_1} \cdot \rho_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_2})$	A B
	Total pengaruh X_1		C
2	$Y \leftarrow X_2 \rightarrow Y = (\rho_{YX_2})^2$	$Y \leftarrow X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow Y$ $(\rho_{YX_2} \cdot \rho_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_1})$	D
3	Total pengaruh X_2		E
	Total pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y		C + E = (F)
4	Pengaruh residu	100%-F	1

Adapun perumusan Ho dan Ha adalah sebagai berikut :

Ho : $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional secara simultan terhadap kinerja bagian pemasaran.

Ha : $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} \neq 0$ Terdapat pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional secara simultan terhadap kinerja bagian pemasaran.

Ho : $\rho_{YX1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh secara parsial dukungan pimpinan terhadap kinerja bagian pemasaran.

Ha : $\rho_{YX1} \neq 0$ Terdapat pengaruh dukungan pimpinan secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran

Ho : $\rho_{YX2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh secara parsial audit operasional terhadap kinerja bagian pemasaran

Ha : $\rho_{YX2} \neq 0$ Terdapat pengaruh secara parsial audit operasional terhadap kinerja bagian pemasaran.