

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan penilaian dengan menggunakan metode penelitian survai. Dengan menggunakan teori-teori pendekatan kuantitatif dan tes statistik, dengan hasil akhir penelitian merupakan verifikasi dari teori atau hipotesa untuk diterima atau ditolak. Adapun hasil penelitian menggunakan deskriptif analisis dimana penulis menggambarkan pembahasan permasalahan dengan didasari data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menarik kesimpulan.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan untuk kepentingan penelitian yaitu AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo. Adapun waktu yang diperlukan untuk pengumpulan dari data kuesioner yang dilakukan oleh penulis selama kurang lebih 1 (satu) bulan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Subyek penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo sebanyak 5000 orang, yang terdiri dari 1570 yang masih aktif yang lainnya sudah habis masa kontraknya. Untuk sekedar memperkirakan maka apabila subjek kurang dari

100 orang lebih baik di ambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya karena nasabah lebih dari 100 maka peneliti menggunakan *metode sampling*. *Metode sampling* adalah pembicaraan bagaimana berbagai menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif.¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rancangan sampel probabilitas (*Probability Sampling Design*), artinya penarikan sampel atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.²

Dengan demikian, dalam rancangan ini tidak terdapat tidak terdapat diskriminasi unit populasi yang satu dengan yang lainnya.

D. Variabel Penelitian

Variabel berasal dari kata bahasa inggris *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Dalam bahasa Indonesia variabel diartikan sebagai lebih tepat disebut bervariasi berarti variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu, standart dan sebagainya.³

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran)*, (Jakarta: kencana 2013) cet. Ke1, 108.

² *Ibid*, 108.

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran)*, (Jakarta: kencana 2009) cet. Ke1, 76.

Secara sederhana, istilah variabel ini dimaknai sebagai konsep atau objek yang sedang diteliti, yang memiliki variasi ukuran, kualitas yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki konsep (variabel) itu sendiri.⁴

Dalam penelitian ini terdapat 8 variabel bebas (*independent variable*) yaitu produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), sosial-ekonomi (X_4), usia (X_5), jenis kelamin (X_6), pendidikan (X_7), pekerjaan (X_8). Dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu pemahaman nasabah tentang asuransi syariah (Y).

Variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).⁵ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), sosial-ekonomi (X_4), usia (X_5), jenis kelamin (X_6), pendidikan (X_7), pekerjaan (X_8).

Variabel terkait atau *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁶ Variabel Y dalam penelitian ini adalah pemahaman nasabah tentang asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

⁴ Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 77.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2008), 6.

⁶ Ibid., 61.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi berupa cara mengukur variabel-variabel yang ada agar dapat dioperasionalkan dimana variabel independent (X) memiliki hubungan dengan variabel dependent (Y).

1. Variabel independent (X)

Variabel independent (X) dalam penelitian ini adalah :

produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), sosial-ekonomi (X_4), usia (X_5), jenis kelamin (X_6), pendidikan (X_7), pekerjaan (X_8).

- a. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁷ Indikator yang digunakan yaitu sesuatu yang ditawarkan, memiliki keunggulan, untuk dikonsumsi.
- b. Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Indikator yang digunakan adalah mempengaruhi konsumen, menarik perhatian, dilakukan oleh siapa saja.

⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran", (Jakarta: Erlangga, 2011), 23.

- c. harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, seringkali ditetapkan oleh manajemen pemasaran saja. Namun pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk.⁸ Istilah harga dalam bisnis asuransi biasanya disebut dengan premi. Indikator yang digunakan adalah sejumlah uang yang dibebankan, ditetapkan oleh manajemen pemasaran.
- d. Sosial-ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Sosiologi-ekonomi mengkaji masyarakat yang didalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi.⁹ Indikator yang digunakan adalah kajian masyarakat, interaksi sosial, berhubungan dengan ekonomi.
- e. Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambahnya usia akan semakin berkembang pada daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik.¹⁰

⁸Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Andrian, *Pemasaran Strategis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008),244.

⁹ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet2, 11.

¹⁰ *Ibid*,219

- f. Beberapa orang beranggapan bahwa pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh jenis kelaminnya. Dan hal ini sudah tertanam sejak jaman penjajahan. Namun hal itu di jaman sekarang ini sudah terbantahan karena apapun jenis kelamin seseorang, bila dia masih produktif, berpendidikan, dan berpengalaman maka ia cenderung mempunyai tingkat pengetahuan yang tinggi.¹¹
- g. Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah seseorang tersebut untuk menerima informasi.¹²
- h. memang secara tidak langsung pekerjaan turut andil dalam mempengaruhi tingkat pendidikan seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi sosial dan kebudayaan, sedangkan interaksi sosial dan budaya berhubungan erat dengan proses pertukran informasi. Dan hal ini tentunya akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang.¹³

¹¹ Mubin, Cahyani Ani. *Psikologi Perkembangan, Cetakan I*. Jakarta : Ciputat Press Grup, 2006.

¹² Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, Cetakan I. Jakarta : PT Rineka Cipta, 25

¹³ *Ibid* 27

2. Variabel dependent (Y)

Variabel dependent (Y) dalam penelitian ini adalah pemahaman nasabah tentang asuransi syariah. Pemahaman berasal dari kata paham yang artinya pengertian, pengetahuan yang banyak, pendapat ; pikiran, aliran ; pandangan, mengerti benar (akan) ; mengetahui benar (akan), pandai dan mengerti benar.¹⁴ Sedangkan nasabah termasuk dalam kelompok konsumen yaitu setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁵ Indikator yang digunakan adalah pengetahuan, pandangan, pendapat, pikiran.

Tabel 3.1 variabel dan indikator

Variabel	Indikator	Skala
Produk (X_1)	1. Produk yang terpercaya 2. Kesesuaian produk 3. Sesuai dengan prinsip syariah	Diukur dengan skala likert

¹⁴Depdikbud, "Kurikulum Sekolah Lanjutan Tingkat Atas", (Jakarta: Depdikbud 1994), 74.

¹⁵Oka Dhermawan, *Optimalisasi Perlindungan Nasabah Bank Melalui Peran Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen dan Good Corporate Governance*, Jurnal hukum bisnis, vol 28, No.1, 44-51.

Promosi (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gedung 2. Publikasi 	Diukur dengan skala likert
Harga (tarif/premi) (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. premi dengan harga murah 2. kecepatan proses transaksi 3. kemudahan bertransaksi 	Diukur dengan skala likert.
Sosial-ekonomi (X_4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan 2. investasi 3. keinginan 	Diukur dengan skala likert.
Usia (X_5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. daya tangkap 2. pola pikir 	Diukur menggunakan skala likert.
Jenis kelamin (X_6)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi 2. Berbagai macam produk 3. Pengalaman 	Diukur menggunakan skala likert.
Pendidikan (X_7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan pegetahuan 	Diukur menggunakan skala likert.

Pekerjaan (X_g)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kelangsungan hidup 2. kebutuhan manusia. 	Diukur menggunakan skala likert.
Pemahaman nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Pendapat 3. Pandangan 4. Pikiran 	Diukur menggunakan skala likert

Sumber : diolah dari berbagai macam sumber

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas atau keshahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur.¹⁶ Uji validitas dipakai untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner yang valid berarti

¹⁶Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 46.

memiliki validitas tinggi, sebaliknya kuesioner yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi *product moment* antara skor item dengan skor total (skor instrumen). Jika suatu item memiliki korelasi item total signifikansi (r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}), maka item pertanyaan tersebut valid.

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi apabila menggunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu:¹⁷

- a. Data kedua variabel berbentuk data kuantitatif
- b. Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Terdapat dua rumus yang digunakan menghitung koefisien korelasi, yaitu sebagai berikut:¹⁸

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

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

Untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan itu valid, maka dilakukan uji validitas kepada para responden dengan mengisi kuesioner.

¹⁷Abdul Muhid, *Analisis Statistik (5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS For Windows)*, (Surabaya: Lembaga Penelitian (LEMLIT) IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2012), 96.

¹⁸Ibid.,94.

Suatu pertanyaan dikatakan valid, jika nilai korelasinya adalah positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel. Dimana r tabel $n= 100$ (jumlah responden) dan taraf signifikan adalah 10% (0,1) kemudian terdapat tanda (*) pada *Pearson Corelation* jika pertanyaan itu valid. Menghitung nilai r tabel $n= 100$, $\alpha= 0,1$ sehingga pada tabel product moment sebesar $= 0,2560$.¹⁹

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran atau tes diberikan kepada sekelompok subjek yang sama sebanyak dua kali dengan memberikan tenggang waktu antara pengukuran pertama dan kedua. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk Uji Reliabilitas, dilakukan dengan melihat nilai *Alpha Cronbach's* 0,6 dengan kriteria sebagai berikut²⁰:

- a. Jika nilai *Alpha Cronbach's* > 0.6 maka suatu konstruk dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Alpha Cronbach's* < 0.6 maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel

Tabel 3.2 Nilai Cronbach's Alpha

¹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis (Yogyakarta: Gava Media, 2013)*, 212.

²⁰ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Dengan Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 49.

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0.00-0.20	Kurang Andal
> 0.20-0.40	Agak Andal
>0.40-0.60	Cukup Andal
> 0.60-0.80	Andal
>0.80-100	Sangat Andal

Sumber : *Buku Aplikasi Analisis Dengan Multivariate Dengan Program SPSS*

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Tenggang waktu sebaiknya berkisar antara 15-30 hari. Reliabilitas diperoleh dengan menghitung korelasi antar skor pada pengukuran skor pertama dan skor pengukuran kedua.²¹

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti menggunakan data kuantitatif yaitu berbentuk angka-angka atau bilangan yang dianalisis menggunakan

²¹Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistik Modern Untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika.2009),217.

teknik perhitungan matematika. Adapun jenis data pada penelitian ini terdiri dari :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden atau sampel untuk menjawab masalah dalam penelitian dengan menggunakan metode berupa survey atau observasi.²² Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pengisian kuesioner pertanyaan yang diberikan kepada nasabah AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari media perantara atau literature yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Misalnya data sekunder ini berasal dari buku literatur, laporan perusahaan, jurnal, internet, dan sebagainya.²³ Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan.

2. Sumber Data

Adapun sumber data pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian

²² Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Grasindo, 2006), 167.

²³ Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis Bagi Praktisi dan Akademisi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 37.

yang dilakukan.²⁴ Jadi sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan langsung kepada nasabah AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo yang meliputi 8 variabel yaitu minat, produk, promosi, harga, sosial-ekonomi, pengetahuan, persepsi dan kebutuhan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literature yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Penggunaan teknik pengumpulan data ini meliputi:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden.²⁵ Kuesioner bertujuan untuk memperoleh informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir apabila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

²⁴Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2014),16.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*(Bandung:Alfabeta 2009) ,35.

Kuesioner ini disebarkan menggunakan pertanyaan yang sifatnya tertutup dengan sistem penilaian skala likert dan pertanyaan terbuka berupa pertanyaan secara langsung kepada responden sehubungan dengan jawaban yang diberikan pada lembaran kuesioner.

Pengukuran jawaban responden akan diukur dengan skala likert 5 point. Skala likert merupakan suatu skala psikometrik yang umum yang digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang banyak digunakan dalam riset berupa survey.²⁶ Dan skala ini merupakan cara pengukuran yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap responden terhadap sesuatu.

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Skala *Likert*

<i>Alternatif Jawaban</i>	<i>Nilai</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

²⁶ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Grasindo, 2006), 168.

Kuesioner disebarikan kepada 100 responden nasabah secara acak di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

Penentuan jumlah sampel diambil dari rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

keterangan :

n= Ukuran Sample

N= Ukuran Populasi

α = Taraf Signifikasi, yaitu sebesar 10%

Berdasarkan dari data AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo nasabah yang membeli produk Asuransi Syariah sebanyak :

$$n = \frac{1570}{1 + 1570(10\%)^2}$$

n= 95 >> dibulatkan menjadi 100

penelitian tersebut dibulatkan menjadi 100 orang. Hal tersebut disarankan karena analisis faktor sebaiknya menggunakan responden sebanyak lebih dari 100 orang.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung

kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.²⁷

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, penelitian observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.²⁸

3. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan dan mempelajari informasi data-data yang diperoleh melalui kearsipan, buku, jurnal, artikel maupun situs internet yang menjadi referensi pendukung penelitian.

Dokumentasi diperlukan untuk mengetahui teori-teori dari penelitian ini, struktur organisasi dan sejarah berdirinya AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo.

I. Teknik Analisis Data

²⁷Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 19.

²⁸Ibid., 145.

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Dalam proses ini seringkali digunakan statistik. Salah satu fungsi pokok statistik adalah menyederhanakan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah untuk dipahami.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi gambaran dari karakteristik responden atau nasabah (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir) serta variabel penelitian yang mencakup variabel bebas yaitu minat, produk, promosi, harga, sosial-ekonomi, pengetahuan, persepsi, kebutuhan terhadap variabel terikatnya yaitu pemahaman nasabah.²⁹

2. Proses Analisis Faktor

Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan *Metode Kaiser-Meiyer-Olkin (KMO)* yang nilainya harus lebih dari (0,5) dan metode pengukuran *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*.³⁰ Adapun proses seleksi variabel dalam penelitian ini adalah:

a. KMO dan Barlett's Test

²⁹ Rasdihan Rasyad, *Metode Statistik Deskriptif*, (Jakarta: Grasindo,2000),8.

³⁰ Santoso singih, *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002),212.

KMO (Kaiser–Meiyer–Olkin) merupakan indeks perbandingan besarnya koefisien korelasi observasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial. Jika nilai kuadrat koefisien korelasi parsial dari semua pasangan variabel lebih kecil dari pada jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka harga KMO akan mendekati satu, yang menunjukkan kesesuaian penggunaan analisis faktor.

b. *Anti-Image Matrices*

Besarnya angka *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* berkisar antara 0-1, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) $MSA = 1$, menunjukkan diantara variabel faktor (produk, promosi, tarif/premi dan sosial-ekonomi) tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- 2) $MSA > 0.5$, menunjukkan masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- 3) $MSA < 0.5$, menunjukkan tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel faktor yang ada.

c. *Eigen Value*

Eigen value digunakan untuk melihat faktor-faktor baru. Syarat layak menjadi faktor baru eigen value ≥ 1 , sedangkan

