

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Wates Km 5,5, Ambarketawang, Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah penunggu pasien dan mantan pasien rumah sakit yang pernah mendapatkan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta dan serta pihak Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping Yogyakarta.

B. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah jenis data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh dari responden individu, kelompok fokus (Sekaran & Bougie, 2017). Data primer tersebut berupa jawaban dari pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang diperoleh langsung dari pasien yang mendapatkan pelayanan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping serta hasil wawancara mengenai respon teknis dari pihak Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan kriteria sampel yang diperlukan. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara memilih subjek dengan berdasarkan kriteria spesifik yang diterapkan oleh peneliti. Kriteria sampel yang dipilih adalah pasien yang pernah menggunakan fasilitas jasa layanan pada RS PKU Muhammadiyah Gamping, dan keluarga yang penunggu pasien di RS PKU Muhammadiyah Gamping. Ukuran sampel dalam penelitian di RS PKU Muhammadiyah Gamping menurut Sekaran & Bougie (2017) mengungkapkan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan di RS PKU Muhammadiyah Gamping sebaiknya berjumlah minimal 30 responden. Selain mantan pasien rawat inap RS dan keluarga penunggu pasien, sampel lainnya yang akan dijadikan responden adalah pihak dari RS PKU Muhammadiyah Gamping. Pihak dari rumah sakit nantinya akan diwawancarai untuk mengetahui tentang jasa layanan RS PKU Muhammadiyah Gamping dan untuk pengumpulan data respon teknis perusahaan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk penelitian ini akan menggunakan 2 teknik, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses pengumpulan informasi yang sangat tepat dalam proses penelitian karena dapat memperoleh info yang lebih mendalam

tentang perusahaan karena dapat menggali pemikiran atau pendapat secara mendetail. Proses wawancara ditujukan kepada pihak rumah sakit untuk mengetahui tentang jasa pelayanan RS PKU Muhammadiyah Gamping dan untuk pengumpulan respon teknis perusahaan. Data yang dikumpulkan nantinya akan menjelaskan berbagai macam penjelasan teknis dari perusahaan untuk menanggapi persyaratan konsumen atas jasa pelayanan perusahaan.

2. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan daftar pertanyaan yang nantinya akan diberikan kepada subyek penelitian atau responden yang bertujuan untuk mencari data yang sesuai dengan permasalahan penelitian. Kuesioner tersebut nantinya akan disusun dari atribut yang digunakan oleh peneliti. Berdasarkan pernyataan yang akan diberikan, masing-masing pertanyaan mempunyai bobot nilai 1 sampai 4, dengan skala penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju = bobot nilai 1
- b. Tidak Setuju = bobot nilai 2
- c. Setuju = bobot nilai 3
- d. Sangat Setuju = bobot nilai 4

Pada penelitian ini nantinya juga akan memiliki kuisisioner untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut dengan bobot nilai sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Penting = bobot nilai 1
- b. Tidak penting = bobot nilai 2
- c. Penting = bobot nilai 3

- d. Sangat penting = bobot nilai 4

E. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Alat analisis yang akan digunakan dalam menguji kualitas instrument dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Hal yang paling utama yang berkaitan dengan validitas alat ukur tersebut yakni ketetapan dalam pengukuran. Suatu kuesioner dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur apakah atribut kuesioner yang digunakan dapat mampu menggambarkan apa yang diinginkan konsumen. Jika pada nilai *correlation* lebih besar daripada nilai pembanding *r-kritis*, maka item tersebut dikatakan valid atau jika nilai $\alpha \leq 0,05$ maka atribut tersebut dapat dikatakan valid. Apabila nilai $\alpha \geq 0,05$ maka atribut kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid, dengan kata lain atribut tersebut tidak mewakili apa yang menjadi keinginan konsumen (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011), Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang diberikan dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Reliabilitas merupakan indeks yang dapat menunjukkan konsistensi dari suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Jika semakin kecil kesalahan pengukuran, maka semakin kecil *reliable* pengukuran tersebut. Alat yang akan digunakan dalam uji penelitian ini adalah SPSS. SPSS dapat memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6.

F. Analisis Data

Alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD adalah sebuah proses untuk menentukan kebutuhan atau keinginan pelanggan dan menerjemahkannya kedalam atribut yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh setiap area fungsional (Heizer & Render, 2015).

Menurut Heizer & Render (2015) terdapat enam langkah yang dilakukan dalam menyusun HOQ, yaitu :

- a. Mengidentifikasi keinginan konsumen. (apa yang diharapkan konsumen dalam produk/jasa ini?).
- b. Mengidentifikasi bagaimana barang/jasa dapat memuaskan konsumen. (mengenali karakteristik khusus, keistimewaan, atau atribut, dan tunjukkan bagaimana mereka dapat memuaskan keinginan konsumen).


- c. Menghubungkan keinginan pelanggan dengan bagaimana produk/jasa akan memuaskan pelanggan. (membuat matriks yang dapat menunjukkan hubungan tersebut).

Tabel 3.1
Simbol dan Nilai Numerik *Relationship Matrix*

Simbol	Nilai Numerik	Pengertian
	5	<i>High Relationship</i>
	3	<i>Medium Relationship</i>
	1	<i>Low Relationship</i>

- d. Mengenali hubungan antara beberapa perusahaan. (bagaimana melakukan berapa hubungan bersama-sama?)

Tabel 3.2
Simbol dan Nilai Numerik *Relationship Matrix*

Simbol	Nilai Numerik	Pengertian
	5	<i>High Relationship</i>
	3	<i>Medium Relationship</i>
	1	<i>Low Relationship</i>

- e. Kembangkan peringkat kepentingan. (gunakan peringkat kepentingan konsumen dan bobot untuk hubungan yang ditunjukkan pada matriks, dan hitung tingkat kepentingan).
- f. Tentukan atribut teknis yang diinginkan, prestasi perusahaan dan prestasi pesaing terhadap atribut yang digunakan.