

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan rancangan *cross sectional*. Penelitian analitik digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variable secara observasional, dimana bentuk hubungan dapat berupa perbedaan, hubungan atau pengaruh. Dalam penelitian *cross sectional* peneliti melakukan observasi atau pengukuran variable pada saat tertentu. Subjek yang diamati hanya dilakukan satu kali saja dan pengukuran subjek dilakukan pada saat pemeriksaan tersebut.

#### **B. Subjek, Obyek dan Waktu Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan di RSUD Queen Latifa, sedangkan obyek penelitian adalah reputasi rumah sakit, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan di RSUD Queen Latifa. Pengambilan data akan dilakukan pada bulan Desember 2016.

#### **C. Populasi, Sampel, dan Besar sampel**

##### **1. Batasan populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Jika seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau

sensus (Arikunto, 2006). Populasi yang akan diambil adalah pasien rawat jalan yang berkunjung ke RSUD Queen Latifa dan sudah pernah berkunjung sebelumnya sebanyak 360 pasien.

## 2. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah pasien RSUD Queen Latifa, baik itu pasien rawat jalan maupun rawat inap.

## 3. Besar sampel

Selanjutnya penentuan jumlah sampel total ditentukan dengan menggunakan rumus berikut (Rao, 1996 dalam Rahadian, 2006):

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

$$n = \frac{360}{1 + 360(0,1)^2}$$

$$n = \frac{360}{1 + 360(0,01)^2}$$

$$n = \frac{360}{1 + 3,6}$$

$$n = \frac{360}{4,6}$$

$$n = 78,26$$

Maka sampel yang akan diambil pada penelitian ini dibulatkan menjadi 80 sampel.

#### **D. Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

Kriteria inklusi subyek penelitian :

1. Pasien/ pelanggan yang berkunjung ke RSUD Queen Latifa dan sebelumnya sudah pernah berkunjung.
2. Usia 15-75 tahun
3. Bersedia berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi dan menandatangani lembar pernyataan persetujuan serta kooperatif.
4. Minimal pendidikan: SMA atau sederajat.

Kriteria eksklusi subyek penelitian :

Subyek penelitian yang telah terpilih melalui kriteria inklusi akan dikeluarkan dari subyek penelitian apabila :

1. Pasien baru.
2. Penyakit jiwa.
3. Tidak dapat berkomunikasi dengan baik

#### **E. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel terpengaruh : Reputasi Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan
2. Variabel pengaruh : Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

## F. Definisi Operasional

### 1. Reputasi Rumah Sakit

Reputasi rumah sakit dapat didefinisikan sebagai persepsi tentang kualitas yang berhubungan dengan nama rumah sakit (Aaker, 1991). Reputasi rumah sakit menurut Fombrun (1996) dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. *Reliability* (keterandalan di mata konsumen), semakin handal rumah sakit terlihat dimata konsumennya, maka semakin baik rumah sakit tersebut.
- b. *Credibility* (kredibilitas di mata konsumen), semakin kredibel suatu rumah sakit di mata konsumen, semakin baik rumah sakit tersebut.
- c. *Trustworthiness* (terpercaya di mata konsumen), semakin terpercaya suatu rumah sakit maka semakin baik rumah sakit tersebut.
- d. *Responsibility* (tanggung jawab sosial di mata konsumen), semakin bertanggung jawab suatu rumah sakit di mata konsumennya, maka semakin baik rumah sakit tersebut.

Reputasi rumah sakit diukur dengan kuesioner yang disusun menggunakan modifikasi metode skala likert lewat prosedur penskalaan *summated ratings* yang terdiri dari lima jawaban yaitu:

- a. Sangat Tidak Sesuai (STS) = Diberi skor 1
- b. Tidak Sesuai (TS) = Diberi skor 2
- c. Ragu-Ragu (RR) = Diberi skor 3

- d. Sesuai (S) = Diberi skor 4
- e. Sangat Sesuai (SS) = Diberi skor 5

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya (Zeithaml et.al, 1990: 19). Kualitas pelayanan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Bukti fisik (*tangibles*), yakni meliputi fasilitas gedung, jumlah pegawai, perlengkapan dan peralatan, teknologi dan media komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni meliputi pelayanan yang tepat waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap pegawai yang simpati dan pelayanan yang akurat.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yakni meliputi pelayanan yang cepat dan penyampaian informasi produk yang jelas.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yakni meliputi pegawai yang sopan dan santun, pegawai yang mampu menumbuhkan rasa percaya bagi pelanggan, pegawai yang pandai berkomunikasi dengan pelanggan, kemauan produk, dan pegawai yang kompeten.
- e. Empati, yakni meliputi pegawai memahami keinginan konsumen, pegawai memahami kebutuhan konsumen, pegawai mampu memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan pegawai yang penuh perhatian (Kotler, 2007: 89).

Kualitas pelayanan diukur dengan kuesioner yang disusun menggunakan modifikasi metode skala likert lewat prosedur penskalaan *summated ratings* yang terdiri dari lima jawaban yaitu:

- a. Sangat Tidak Sesuai (STS)= Diberi skor 1
- b. Tidak Sesuai (TS) = Diberi skor 2
- c. Ragu-Ragu (RR) = Diberi skor 3
- d. Sesuai (S) = Diberi skor 4
- e. Sangat Sesuai (SS) = Diberi skor 5

### **3. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian (Engel et. al, 2005:76). Kepuasan pelanggan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Merasa senang selama dan setelah berobat ke rumah sakit, yakni meliputi merasa senang setiap kali datang ke rumah sakit tersebut, merasa senang setelah berhasil berobat ke rumah sakit tersebut dan tidak pernah menyesal telah berobat ke rumah sakit tersebut.
- b. Selalu berkunjung ke rumah sakit tersebut ketika sakit, yakni meliputi senantiasa menjadi rumah sakit pilihan dan lebih memilih rumah sakit tersebut tersebut daripada rumah sakit lainnya.
- c. Pilihan berobat yang tepat, yakni meliputi jasa rumah sakit yang memuaskan pelanggan dan pilihan berobat yang tepat.

- d. Merekomendasikan, yakni meliputi jasa rumah sakit yang dibanggakan di hadapan orang lain, senang merekomendasikan dan mempromosikan rumah sakit tersebut pada orang lain (Tjipotono, 2007: 81).

Kepuasan pelanggan diukur dengan kuesioner yang disusun menggunakan modifikasi metode skala likert lewat prosedur penskalaan *summated ratings* yang terdiri dari lima jawaban yaitu:

- a. Sangat Tidak Sesuai (STS)= Diberi skor 1
- b. Tidak Sesuai (TS) = Diberi skor 2
- c. Ragu-Ragu (RR) = Diberi skor 3
- d. Sesuai (S) = Diberi skor 4
- e. Sangat Sesuai (SS) = Diberi skor 5

#### **4. Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan adalah derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia produk, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia produk, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia produk ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai produk ini (Utomo, 2006: 27). Loyalitas pelanggan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. *Repeat purchase* yaitu kesetiaan terhadap pembelian produk.
- b. *Retention* yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.

c. *Referalls* yaitu mereferensikan secara total esistensi perusahaan (Kotler dan Keller, 2006: 57).

Loyalitas pelanggan diukur dengan kuesioner yang disusun menggunakan modifikasi metode skala likert lewat prosedur penskalaan *summated ratings* yang terdiri dari lima jawaban yaitu:

- a. Sangat Tidak Sesuai (STS)= Diberi skor 1
- b. Tidak Sesuai (TS) = Diberi skor 2
- c. Ragu-Ragu (RR) = Diberi skor 3
- d. Sesuai (S) = Diberi skor 4
- e. Sangat Sesuai (SS) = Diberi skor 5

## **G. Instrumen Penelitian**

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini meliputi perlengkapan pengambilan data primer (kuisisioner) dan form pengambilan data sekunder. Kuisisioner, dipergunakan untuk mendapatkan data primer dari responden tentang reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan form pengambilan data, dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang diambil dari informasi di RSUD Queen Latifa tentang data diri, yang meliputi nama, umur, dan jenis kelamin.

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Azwar (1992) mendefinisikan validitas sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan fungsi akuratnya. Test hanya dapat melakukan fungsinya dengan cermat jikalau ada gejala yang diukurinya. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat, sehingga tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauhmana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Jadi uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur (kuesioner) yang digunakan telah dapat mengukur informasi yang diperlukan. Menurut Arikunto (2006) suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi product moment pearson's. Melakukan dengan mengkorelasikan antara nilai yang diperoleh dari tiap-tiap butir pertanyaan dengan nilai total, kriterianya menurut (Malhotra, 2005), apabila nilai koefisien korelasi tersebut lebih dari alpha 5%, berarti alat ukur tersebut mempunyai validitas atau kesahihan yang tinggi.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (kehandalan) dapat diartikan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006). Uji ini dilakukan untuk mengetahui, apakah alat ukur (kuesioner) yang digunakan tersebut stabil dan dapat diandalkan. Menurut Malhotra (2005) suatu instrument dikatakan handal apabila nilai Alpha Cronbach besarnya sama atau lebih besar dari 0,6.

### I. Analisis Data

Analisa dalam penelitian ini menggunakan analisa regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara bersama-sama. Dalam penelitian ini persamaan regresi gandanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat/tergantung

X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> : Variabel Bebas

a : Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi

Untuk melihat apakah pengaruh secara parsial mempunyai arti yang signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji t dengan rumus:

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

Adapun langkah-langkah pengujian ini adalah:

1. Memformulasikan hipotesis nihil ( $H_0$ ) dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ).
2. Menentukan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan derajat (db) =  $(n-k-1)$ , dimana  $n$  adalah observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel dengan uji dua ekor (*two tailed test*).
3. Menghitung nilai dengan rumus.
4. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan koefisien probabilitas.

Untuk melihat apakah pengaruh secara simultan mempunyai arti yang signifikan atau tidak, maka perlu dilakukan uji  $f$  dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{Jk \text{ (regresi)}/k}{Jk \text{ (standar error)}/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$k$  = variabel penelitian  
 $n$  = jumlah data

## J. Etika Penelitian

Karena melibatkan responden manusia maka akan dilakukan penjelasan kepada seluruh calon responden tentang maksud dan tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan yang diharapkan dan konsekuensi-konsekuensi sebagai responden (*informed consent*).