

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 2012:61). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel terikat (Dependent Variable)

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Tipe variable ini yang menjelaskan atau dipengaruhi oleh variable independen (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 2012:63). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah *loyalitas* pasien (Y).

2. Variabel bebas (Independent Variable)

Variabel independen adalah variable yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 2012:63). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. *Product* (x_1)
- b. *Price* (x_2)
- c. *Place* (x_3)
- d. *Promotion* (x_4)
- e. *People* (x_5)

f. *Process* (x_6)

g. *Physical Evidence* (x_7)

3.1.2. Devinisi Variabel Penelitian

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini akan diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

1. *Loyalitas*

Pengertian *Loyalitas* adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap jasa perusahaan yang dipilih. (Griffin, 2012). Adapun indikator yang menunjukkan *loyalitas*:

- a. Komitmen untuk kembali
- b. Daya tolak terhadap *competitor*
- c. Tidak menggunakan jasa lain selain jasa yang biasa digunakan
- d. Rekomendasi pada pihak lain

2. *Product*

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, *property*, organisasi, informasi dan ide. Kotler (2012).

Menurut Kotler (2012), produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Produk/jasa utama
- b. Produk/jasa pelengkap
- c. Produk/jasa pelayanan lain.

3. *Price*

Pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler (2012).

Menurut Ciptono (2012), *price* memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Keseluruhan biaya
- b. Potongan harga
- c. Harga yang terjangkau.

4. *Place*

Menurut Lupiyoadi (2011), *place* dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Pemilihan distribusi dan saluran jasa untuk jasa ini juga sangat tergantung pada karakteristik jasa dan permintaan khusus pasar itu sendiri.

Menurut Ciptono (2012), *place* memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum
- b. Waktu yang digunakan untuk mencapai lokasi
- c. Kenyamanan maupun tempat parkir yang luas.

5. *Promotion*

Menurut Lupiyoadi (2011), promosi merupakan alat yang digunakan organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasarannya. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, *word of mouth*, dan pos langsung atau *direct mail* yang semua itu biasa disebut dengan bauran promosi (*promotion mix*).

Menurut Ciptono (2012), *promotion* memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Publikasi dengan brosur-brosur.
- b. Iklan dengan spanduk dan baliho.
- c. Ajakan teman dari mulut ke mulut.

6. *People*

Menurut Yazid (2012) partisipan atau orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyediaan jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Partisipan adalah setiap dan semua orang yang memainkan suatu peran dalam waktu riil jasa (selama berlangsungnya proses dan

konsumsi jasa berlangsung). Ini termasuk semua karyawan dan konsumen.

Yazid (2012). *People* memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Ketrampilan petugas
- b. Keramahan petugas dengan pelanggan
- c. Komunikasi petugas dengan pelanggan
- d. Perhatian petugas terhadap pelanggan

7. *Process*

Proses menciptakan dan memberikan jasa pada pelanggan merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran, karena pelanggan jasa akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah merupakan proses. Proses ini meliputi mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan serta rutinitas suatu jasa diberikan kepada pelanggan, Ciptono (2012).

Menurut Yazid (2012), *people* memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Sistem administrasi yang mudah dan cepat
- b. Ketepatan waktu pelayanan
- c. Prosedur yang mudah dipahami

8. *Physical Evidence*

Menurut Yazid (2012) bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen tangibel memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Physical evidence memiliki indikator-indikator sebagai berikut Yazid (2012):

- a. Ruangan yang bersih
- b. Ketersediaan peralatan
- c. Tata ruang yang nyaman

3.2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 2012: 146). Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

3.2.1. Data Primer

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2012: 146) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data kuesioner.

Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan adalah data tentang hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan

tentang produk, price, place, promotion, people, process, physical evidence dan loyalitas pasien di klinik spesialis dr. Dian Indah S, Sp. THT.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip.

Dalam penelitian ini data sekunder yang dibutuhkan adalah data yang berhubungan dengan catatan mengenai latar belakang perusahaan, sumber daya manusia dan kegiatan operasional lainnya.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian (Arikunto, 2012: 130). Berdasarkan pengertian tersebut dapat dijelaskan populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti, dapat berupa manusia, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang mempunyai karakteristik tertentu serta merupakan sumber data dan menentukan keberhasilan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah orang-rang yang berobat ke klinik spesialis THT dr. Dian Indah S, Sp. THT.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010: 174). Sampel yang dipilih adalah orang-rang yang berobat ke klinik spesialis THT dr. Dian Indah S, Sp. THT. Maka untuk mencari berapa orang yang harus dilakukan dalam penelitian perlu adanya perhitungan yang tepat menentukannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang berobat ke klinik spesialis THT dr. Dian Indah S, Sp. THT dan pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan jumlah pasien sebanyak 1.263 pada tahun 2016,

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel adalah rumus slovin.

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

Keterangan :

N : Banyaknya pasien tahun 2016, yaitu 1.263 pasien.

n : Ukuran Sampel

e : Persen kelonggaran atau kesalahan pengambilan sampel, missal 10%

Perhitungan dalam bentuk sampel :

$$n = \frac{1.263}{1 + 1.263 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.263}{1.363}$$

= 91,6983 responden atau dulatkan (93 sampel)

Dianggap 93 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Dengan pendekatan teori sample di atas, maka

disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan total 93 sampel yang ada dalam populasi. Prosedur dalam pelaksanaan, dengan mengajukan kuesioner yang sudah dijelaskan pada responden sebelumnya tentang prosedur pengisian atau pengerjaan kuesioner tersebut.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pencatatan dari dokumen perusahaan yang berhubungan data tentang latar belakang di klinik dr. Dian Indah S, Sp. THT dan data sumber data manusia.

3.4.2. Kuesioner

Kuesioner yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari daftar pertanyaan yang telah dibuat lebih dahulu, yang nantinya diajukan kepada responden pada obyek penelitian.

3.4.3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.5. Pengelolahan Data

Pengelolahan data penelitian yang dilakukan dengan langkah-langkah:

3.5.1. Editing

Merupakan metode pengolahan data yang meliputi pengecekan dari kelengkapan data yang diperlukan bagi pengelola data. Sebelum dianalisis data yang sudah dikumpulkan dikoreksi kebenarannya dari kemungkinan terjadinya kesalahan, sesuai dengan kebutuhan analisis.

3.5.2. Tabulating

Merupakan metode pengolahan data yang dilakukan dengan membuat tabel-tabel sesuai dengan jenis data yang diperoleh untuk memudahkan dalam melakukan analisis data dan pembahasan.

3.5.3. Coding

Coding merupakan kegiatan memberikan tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya yaitu menyederhanakan jawaban.

3.5.4. Scoring

Scoring yaitu mengolah data yang ada dengan memberi penilaian data yang telah masuk serta memberi skor pada tiap-tiap jawaban yang diperoleh dari setiap responden. Adapun skornya adalah sebagai berikut: (Sugiyono, 2011: 88)

1. Jawaban sangat setuju bobotnya 5.

2. Jawaban setuju bobotnya 4.
3. Jawaban cukup setuju bobotnya 3.
4. Jawaban kurang setuju bobotnya 2.
5. Jawaban sangat tidak setuju bobotnya 1.

3.6. Metode Pengolahan Data

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah penelitian di tentukan oleh pengukuran yang akurat. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 2012: 181). Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut. Untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Ha : Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Uji validitas dilakuan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan

valid, demikian sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang indikatornya dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ida Ayu Brahmansari dan Agus Suprayetno, 2013).

Untuk mengetahui apakah data yang diuji reliabel atau tidak dilakukan dengan membandingkan nilai reliabilitas yang ditunjukkan oleh nilai alpha dengan nilai r tabel. Bilamana $\alpha > r_{tabel}$ berarti data yang diuji tersebut reliabel. Sebaliknya bila nilai $\alpha < r_{tabel}$ maka data yang diuji tersebut tidak reliabel.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut: Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat (Husein Umar 2012: 81). Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas, apabila antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,80), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas (Husein Umar 2012: 81). Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $<0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Husein Umar

2012: 82). Apabila di dalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti di atas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas, dan demikian pula sebaliknya.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah ada sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model ini regresi yang baik adalah heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Apabila

tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Husein Umar 2012: 84).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata berdistribusi normal, maka analisis non parametric dapat digunakan. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah (Husein Umar 2012: 78). Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengaruh *product* (x_1), *price* (x_2), *place* (x_3), *promotion* (x_4), *people* (x_5), *process*

(x_6), dan *physical evidence* (x_7), terhadap *Loyalitas* (y) (Husein Umar 2012: 137). Pada penelitian ini penghitungan regresinya menggunakan program SPSS.

Rumus:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + e$$

keterangan:

y : *loyalitas*

x_5 : *people*

x_1 : *product*

x_6 : *process*

x_2 : *price*

x_7 : *physical evidence*

x_3 : *place*

e : variabel diluar penelitian

x_4 : *promotion*

a : konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$: koefisien regresi

3.6.5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh positif variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiono 2012: 234). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* tidak mempunyai pengaruh yang positif secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu *loyalitas* pasien.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence* mempunyai pengaruh yang positif secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu *loyalitas* pasien.

Dasar pengambilan keputusannya (Sugiono 2012: 234) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya disebut penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen (Sugiono 2012: 231). Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*loyalitas* pasien) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan

mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara positif terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

c. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ dan X_7 (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (*loyalitas pasien*) secara terpisah atau parsial (Sugiono 2012: 235). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat (*loyalitas pasien*).

H_a : Variabel-variabel bebas (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*) mempunyai

pengaruh yang positif terhadap variabel terikat (*loyalitas* pasien).

Dasar pengambilan keputusan (Sugiono 2012: 236) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b)** Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.