

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan rancangan penelitian tanpa perlakuan (observasional) yaitu menekankan analisisnya pada data-data angka yang diolah dengan metode statistik sehingga diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian analitik pada studi *cross-sectional* (studi *one-shot*), yaitu sebuah studi dapat dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode hari, minggu, atau bulan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Instrumen pada penelitian *cross-sectional* yang sering digunakan untuk memperoleh data dilakukan melalui: survei, wawancara, dan isian kuesioner (Sekaran dan Bougie, 2017a; Rosa dan Arini, 2018).

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang akan diteliti (Rosa dan Arini, 2018). Subjek penelitian ini diambil dari seluruh pasien yang di rawat inap pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.

2. Objek Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping pada pasien rawat inap. Waktu pengambilan data penelitian akan dilakukan selama 2 minggu pada bulan Agustus 2018.

C. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, dan Besar Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi, dimana peneliti ingin membuat opini berdasarkan statistik sampel (Sekaran dan Bogie, 2017b). Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran dan Bogie, 2017b). Sampel dalam penelitian ini diambil dengan desain pengambilan sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*), yaitu elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek (Sekaran dan Bogie, 2017b).

Jenis pengambilan sampel nonprobabilitas yang digunakan yaitu teknik pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) yaitu pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang

dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pertimbangan atau kriteria inklusi dalam pengambilan sampel yaitu:

- a. Pasien yang menjalani rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.
- b. Pasien bersedia menjadi responden penelitian dan dapat berkomunikasi.
- c. Pasien rawat inap berusia diatas 12 tahun.

Berdasarkan kriteria inklusi tersebut, maka kriteria eksklusi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Pasien yang tidak dapat membaca dan atau berkomunikasi.
- b. Pasien penyakit jiwa, pasien anak (usia dibawah 12 tahun), dan pasien yang dirawat di perawatan intensif (ICU).
- c. Pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping yang tidak bersedia menjadi responden.

3. Besar Sampel

Pedoman menentukan ukuran sampel menurut Sekaran dan Bogie (2017b) dalam penelitian dengan kerangka teoritis yang memiliki beberapa variabel ketertarikan dengan memasukkan semua

faktor. Krejcie dan Morgan (1970) menyederhanakan keputusan ukuran sampel dengan memberikan tabel yang memastikan model keputusan yang baik.

Tabel 3. 1 Jumlah Pasien di RS PKU Muhammadiyah Gamping Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah Pasien Rawat Inap
1	Januari	1200
2	Februari	1056
3	Maret	1263
4	April	1180
5	Mei	1229
6	Juni	1086
7	Juli	1202
8	Agustus	1254
9	September	1204
10	Oktober	1349
11	November	1288
12	Desember	1304
	Jumlah	14615

Sumber: RS PKU Muhammadiyah Gamping, 2017

Berdasarkan Tabel 3.1., jumlah populasi pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping periode Januari sampai dengan Desember tahun 2017 yaitu sebanyak 14615, sehingga rata-rata populasi perbulan yaitu 14615 dibagi 12 bulan yaitu 1217,91. Berdasarkan tabel ukuran sampel untuk ukuran populasi tertentu Krejcie dan Morgan (1970) yang secara lengkap dapat dilihat pada lampiran, jika ukuran populasi tertentu (N) adalah 1217,91 (1200),

maka ukuran sampel (S) yaitu antara 291 sampel (1 bulan) dan 145,5 sampel untuk jangka waktu 2 minggu.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Pada penelitian ini terdapat variabel yang dapat diukur meliputi: Citra Merek (X1), Kepercayaan (X2), dan Loyalitas (Y).

Berdasarkan Priyatno (2009), klasifikasi variabel dapat dibagi menjadi lima jenis variabel utama yaitu variabel endogen (*dependent variable*), variabel exogen (*independent variable*), variabel moderator (*moderating variable*), variabel perantara (*intervening variable*), dan variabel kontrol. Pada penelitian ini hanya memiliki tiga variabel, sehingga akan dikelompokkan sebagai berikut:

1. Variabel exogen (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel endogen. Pada penelitian ini yang termasuk pada variabel exogen yaitu: Citra Merek (X1).
2. Variabel perantara (*intervening variable/mediating variable*) adalah variabel yang menjadi perantara antara variabel exogen dan variabel endogen. Pada penelitian ini yang termasuk pada variabel perantara yaitu: Kepercayaan (X2).

3. Variabel endogen (*dependent variable*) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel endogen yaitu: Loyalitas (Y).

E. Definisi Operasional

1. Citra Merek (X1)

Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek yang ada pada pikiran konsumen (Keller, 2008). Terdapat tiga dimensi citra merek yaitu: *favorable* (keuntungan/kesukaan), *strength* (kekuatan), dan *uniqueness* (keunikan) (Keller, 1993). Dimensi tersebut akan menjadi beberapa indikator, terdiri dari:

<i>Favorable (keuntungan/kesukaan)</i>	
x1.1	Merek nama Rumah Sakit ini mudah diingat dan diucapkan.
x1.2	Rumah Sakit ini sudah dikenal masyarakat.
<i>Strength (kekuatan)</i>	
x1.3	Rumah Sakit ini memiliki petugas kesehatan yang terlatih dengan baik.
x1.4	Rumah Sakit ini memiliki fasilitas, teknologi, dan kualitas pelayanan yang lengkap dan baik.
x1.5	Rumah Sakit ini selalu buka 24 jam dan menerima pasien dari berbagai penyakit yang diderita.
x1.6	Rumah Sakit ini selalu bersedia memberikan informasi kepada pengunjung yang menanyakan tentang Rumah Sakit ini.
<i>Uniqueness (keunikan)</i>	

x1.7	Rumah Sakit ini berciri khas keislaman.
x1.8	Rumah Sakit ini memiliki tampilan berbeda baik dari segi bangunan dan manajemennya yang Islami jika dibandingkan Rumah Sakit lain.

2. Kepercayaan (X2)

Kepercayaan terhadap merek adalah kemauan mempercayai merek dengan segala resikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen (Lau dan Lee, 1999). Terdapat lima dimensi kepercayaan terhadap merek yaitu: percaya (*trust*), dapat diandalkan (*rely*), jujur (*honest*), sesuai harapan (*expectation*), dan aman (*safe*) (Chaudhuri dan Holbrook, 2001). Dimensi tersebut akan menjadi beberapa indikator, terdiri dari:

<i>Trust (Percaya)</i>	
x2.1	Rumah Sakit ini dapat saya percaya baik dari fasilitas, teknologi, kualitas pelayanan, dan petugas kesehatannya.
x2.2	Saya percaya di Rumah Sakit ini selalu mengamankan data kesehatan pasien.
<i>Rely (Dapat Diandalkan)</i>	
x2.3	Rumah Sakit ini dapat saya andalkan.
x2.4	Rumah Sakit ini mampu menangani keluhan yang saya rasakan.
<i>Honest (Jujur)</i>	
x2.5	Rumah Sakit ini menghasilkan produk atau jasa yang jujur.
x2.6	Rumah Sakit dan seluruh tenaga medis selalu mengutamakan kejujuran.

<i>Expectation (Sesuai Harapan)</i>	
x2.7	Rumah Sakit ini sesuai dengan harapan saya.
x2.8	Tenaga medis Rumah Sakit ini bersedia menerima dan melayani seluruh pasien dengan baik tanpa melihat dan membedakan latar belakang ekonomi pasien sesuai harapan pasien.
<i>Safe (Aman)</i>	
x2.9	Rumah Sakit ini membuat saya merasa aman.
x2.10	Saya senang karena lingkungan Rumah Sakit aman dan nyaman.

3. Loyalitas (Y)

Loyalitas terhadap merek yaitu tindakan berulang terhadap merek tersebut dipengaruhi oleh kesetiaan terhadap merek (Shandi, 2011). Berdasarkan Algesheimer dkk. (2005) dan Fullerton (2005), loyalitas merek dapat diukur melalui enam dimensi, yaitu: *first choice* (pilihan pertama), *loyal* (setia), *not buy other brands* (tidak membeli merek lain), *recommended* (merekomendasikan), *good value* (berani membayar lebih), *positive* (kebenaran merek). Dimensi tersebut akan menjadi beberapa indikator, terdiri dari:

<i>First Choice (Pilihan Pertama)</i>	
y1.1	Rumah Sakit ini akan menjadi pilihan pertama saya untuk periksa ketika saya sakit.
y1.2	Saya berniat untuk terus berobat ke Rumah Sakit ini.
<i>Loyal (Setia)</i>	
y1.3	Rumah Sakit ini membuat saya menjadi setia sebagai pelanggan tetapnya.

y1.4	Saya selalu berobat ke Rumah Sakit ini.
<i>Not Buy Other Brands (Tidak Membeli Merek Lain)</i>	
y1.5	Rumah Sakit ini telah tertanam di benak saya dan saya tidak akan menggunakan Rumah Sakit lainnya meskipun tipe Rumah Sakitnya sama.
y1.6	Meskipun ada penawaran dari Klinik/Rumah Sakit lain yang lebih baik, tetapi saya tidak mau pindah dari Rumah Sakit ini.
<i>Recommended (Merekomendasikan)</i>	
y1.7	Rumah Sakit ini akan saya rekomendasikan kepada orang lain ketika mereka bertanya dan meminta saran mengenai produk atau jasanya.
y1.8	Pelayanan berobat sangat baik sehingga saya mengajak orang lain untuk menggunakan jasa Rumah Sakit ini.
<i>Good Value (Berani Membayar Lebih)</i>	
y1.9	Rumah Sakit ini memiliki kualitas bagus sehingga saya berani membayar saat harganya dinaikkan.
y1.10	Saya sudah merasa nyaman berobat di Rumah Sakit ini sehingga saya tidak pernah berpikir untuk pindah ke tempat lain.
<i>Positive (Kebenaran Merek)</i>	
y1.11	Rumah Sakit ini memiliki hal-hal positif yang akan saya sampaikan kepada orang lain.
y1.12	Saya suka menceritakan kebaikan Rumah Sakit ini kepada orang lain.

Semua indikator-indikator citra merek, kepercayaan, dan loyalitas tersebut akan dinilai dengan menggunakan skala Likert dengan lima (5) skala. Skala 1 untuk pernyataan Sangat Setuju (SS), skala 2 untuk Setuju (S), skala 3 untuk pernyataan Netral (N), skala 4 untuk pernyataan Tidak Setuju (TS), skala 5 untuk pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS), yang sesungguhnya berbentuk skala ordinal (peringkat) (Haryono, 2017).

F. Instrumen Penelitian

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif atau eksplanatori, serta umumnya didesain untuk mengumpulkan banyak data kuantitatif (Sekaran dan Bogie, 2017a). Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner yang berisi pernyataan pendapat responden tentang dimensi-dimensi dari variabel citra merek, variabel kepercayaan dan variabel loyalitas pada pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping.

Kuesioner akan diberikan secara langsung yang telah dipersiapkan oleh peneliti sehubungan dengan pengukuran terhadap variabel terukur yang kemudian dikembangkan oleh peneliti, sehingga kuesioner tersebut perlu untuk diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk memudahkan dalam pengelompokan data dan pengisian yang akan dilakukan oleh responden, maka pertanyaan dalam angket dibuat secara tertutup (*closed question*) dengan pilihan yang didesain mengikuti skala Likert dengan interval lima jenjang, dengan skala yang ditengah (tiga) dapat mengakomodasi pasien yang merasa ragu-ragu atas sikapnya.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data yang berhubungan dengan hal-hal atau variabel penelitian yang dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2010). Dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data internal di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping, seperti profil Rumah Sakit dan jumlah pasien rawat inap Rumah Sakit.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Validitas

Validitas yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas digunakan untuk

mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada proyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang valid. Instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2013). Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *correlation product moment* dengan program AMOS.

Syarat umum untuk dianggap valid dilihat dari ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika r hasil positif, serta r hitung $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika r hasil negatif, dan r hitung $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat menggunakan analisis SEM (Ghozali, 2013). Dinyatakan valid jika hasil analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) nilai Estimasi lebih besar 0,5.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha* pada program SPSS.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ (Ghozali, 2013).

H. Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu analisa data yang menggambarkan hubungan struktural yang diekspresikan oleh seperangkat persamaan. Persamaan ini menggambarkan hubungan diantara variabel independen dengan variabel dependen. SEM merupakan kombinasi dari dua teknik multivariabel yaitu analisis faktor dan analisis regresi berganda. Analisa data ini membutuhkan perangkat statistik yang didasarkan atas regresi biasa dan analisis varian, dimana SEM memberikan informasi tentang hubungan kausal simultan diantara variabel-variabelnya, serta

memberikan informasi tentang muatan faktor dan kesalahan-kesalahan pengukuran.

Kelebihan SEM adalah dapat menganalisa multivariat secara bersamaan. Sedangkan tujuan penggunaan multivariat adalah untuk memperluas kemampuan dalam menjelaskan penelitian dan efisiensi statistik. Pelaksanaan perhitungan dilakukan dengan menggunakan program AMOS. Sebelum model atau hasil analisis digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji kecocokan antara model dengan data yang ada (*goodness of fit*). Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan *cut off value*-nya yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak.

Menurut Ghazali (2014) untuk uji kecocokan model (*goodness of fit*) yang digunakan meliputi:

1. Uji χ^2 *Chi-Square*

Uji χ^2 adalah uji yang bertujuan untuk memastikan bahwa model yang dianalisis cocok atau didukung oleh data. Pengujian dilakukan dengan statistik *chi-square* (χ^2). Agar kondisi tersebut terpenuhi maka nilai statistik *chi-square* (χ^2) harus signifikan ($p > \alpha$). Jika digunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$; maka $p > 0,05$.

2. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) adalah statistik yang digunakan untuk mengkompensasikan statistik *chi-square* (χ^2) pada sampel yang berukuran besar. Kriteria yang digunakan untuk menentukan valid tidaknya model berdasarkan statistik RMSEA adalah jika statistik RMSEA $<0,08$ maka model diterima.

3. *Goodness of Fit Index* (GFI)

Goodness of Fit Index (GFI) adalah indeks kesesuaian dengan nilai yang baik berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*.

4. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI)

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) adalah indeks yang sesuai dengan koefisien determinasi (R^2) dengan nilai $>0,90$.

5. *Minimum sample Discrepancy Function* (CMIN/DF)

Indikator atau statistik ini juga merupakan alat untuk mengetahui kecocokan model. Nilai CMIN/DF model yang baik adalah $\leq 2,0$.

6. *Tucker Lewis Index* (TLI)

TLI adalah suatu indeks alternatif pengukur kecocokan model, yang membandingkan sebuah model yang diuji dengan model dasar. Untuk model yang baik dengan nilai TLI $>0,95$.

7. *Normed Fit Index (NFI)*

NFI merupakan ukuran perbandingan antara model dan *null* model. Nilai rekomendasi adalah $> 0,90$.

8. *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI adalah suatu indeks alternative pengukur kecocokan model yang nilainya berkisar 0-1. Nilai CFI yang semakin mendekati 1 menunjukkan model semakin baik. Untuk model yang baik yaitu nilai $CFI > 0,95$.

Tabel 3. 2 Indeks Pengujian Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut-off Value</i>
χ^2 (<i>Chi-Square</i>)	Diharapkan kecil
Probability	$\geq 0,05$
CMIND/DF	≤ 2
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
NFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$

Sumber : Ghozali, 2014

Terakhir melakukan interpretasi dan modifikasi model, yaitu peneliti melakukan interpretasi model yang sudah dibuat dan mengubah model-model yang belum memenuhi persyaratan.

I. Etika Penelitian

Beberapa isu etika harus diperhatikan ketika pengumpulan data mengingat penelitian ini akan berhubungan dengan manusia. Peneliti mengajukan permohonan ijin terlebih dahulu sebelum menjalani penelitian kepada Direktur Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping, selanjutnya peneliti melakukan penelitian dengan mempertimbangkan masalah etika dan peneliti, yaitu (Sekaran dan Bogie, 2017a):

1. *Informed Consent* atau lembar persetujuan responden diberikan kepada sampel penelitian sebelum dilakukan penelitian. Jika bersedia, responden harus menandatangani lembar persetujuan, tetapi jika menolak maka peneliti tetap tidak memaksa siapa pun untuk merespon survei dan jika seseorang tidak ingin memanfaatkan kesempatan untuk berpartisipasi, keinginan seseorang tersebut harus dihormati.
2. Memperlakukan informasi hasil penelitian yang diberikan responden sebagai hal yang sangat rahasia dan menjaga privasi responden sebagai salah satu tanggung jawab peneliti, baik informasi maupun masalah-masalah lainnya. Peneliti tidak mencantumkan nama responden dalam penelitian dan semua informasi yang telah dikumpulkan dijamin kerahasiaannya oleh peneliti.

3. Pengamat nonpartisipan harus sedapat mungkin tidak mengganggu agar tidak membiaskan data. Peneliti harus memperjelas asumsi, harapan, dan bias, sehingga keputusan informasi yang berkaitan dengan kualitas data dapat dibuat oleh manajer.
4. Subjek *tidak* boleh dihadapkan pada situasi yang mengancam mereka secara fisik atau mental.
5. Peneliti tidak boleh mengemukakan hal yang tidak benar mengenai sifat *penelitian* kepada subjek. Tujuan penelitian harus dijelaskan kepada responden.