

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan sumber data

3.1.1 Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field study research*) yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif di mana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.¹ Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan bauran pemasaran terhadap keputusan pasien berobat di rumah sakit roemani muhammadiyah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Pemilihan jenis penelitian kuantitatif karena pada penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis yang menjelaskan tentang pengaruh antara fenomena sosial yang terjadi. Pengujian tersebut dimaksudkan untuk mengetahui apakah teori atau hipotesis yang ditetapkan didukung oleh kenyataan atau bukti-bukti empiris atau tidak, bila bukti-bukti yang dikumpulkan mendukung, maka teori atau hipotesis tersebut dapat diterima atau sebaliknya, jika tidak mendukung maka tertolak dan perlu diadakan kajian kembali.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dengan variabel produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), dan pelayanan (*service*) terhadap keputusan pasien berobat, sehingga objek dari penelitian ini adalah pasien dan karyawan rumah sakit roemani sebagai penyalur dan penerima dari proses bauran pemasaran. Sedangkan

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 17.

yang menjadi subjek penelitian yang penulis pilih adalah keputusan pasien berobat di rumah sakit Roemani Muhammadiyah Semarang.

3.1.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber asli (pasien dan karyawan Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang sebagai objek penelitian).² Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuisioner oleh pasien dan karyawan di Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang dan juga hasil wawancara dengan kepala bagian pemasaran rumah sakit.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung biasanya diperoleh dari buku-buku, literatur-literatur yang bersifat melengkapi data primer.³ Dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku, jurnal, skripsi dan data dari internet yang berhubungan dengan pemasaran, khususnya bauran pemasaran terhadap keputusan pasien berobat di Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 103.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 309.

kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Adapun obyek penelitian dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap rumah sakit roemani muhammadiyah pada bulan September 2016. Populasi diambil dari jumlah pasien rawat inap selama peneliti melakukan penelitian yaitu pada periode bulan september 2016 dengan jumlah pasien sebanyak 1078.⁵

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶

1. Penentuan jumlah sampel

Jumlah sampel adalah ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%.⁷

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

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan sebesar 10%.

Dengan menggunakan rumus diatas maka akan diperoleh jumlah sampel sebanyak 92 pasien, yaitu :

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

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.80.

⁵ *Rekam Medis RS. Roemani Muhammadiyah Semarang*, tanggal 26 february 2016.

⁶ Sugiyono, *Metode.....*h.81.

⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 138.

$$n = \frac{1.078}{1+1.078(0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.078}{11,78}$$

n = 91,51 dibulatkan menjadi 92.

Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin diatas dapat ditemukan sampel sebanyak 92 pasien dari populasi 1.078 pasien.

2. Penarikan sampel

Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* (sampel acak) di mana peneliti mengambil anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data lapangan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.3.1 Kuisisioner atau angket

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data seperti ini cocok digunakan untuk bila jumlah responden cukup besar atau tersebar diwilayah yang luas.⁸ Kuisisioner penelitian diberikan kepada responden yaitu pasien dan karyawan Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert* 5. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

⁸ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*, Bandung:CV. Alfabeta, 2008, h .119.

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 5

S : 4

N : 3

TS : 2

STS : 1

3.3.2 Interview (wawancara)

Interview atau wawancara adalah teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Akan tetapi, dalam wawancara peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung, tetapi dapat melalui media tertentu misalnya melalui telepon atau chatting melalui internet.⁹ Dalam penelitian kali ini penulis akan berwawancara dengan kepala bagian pemasaran rumah sakit untuk mengetahui informasi yang lebih akurat jika hasil kuisioner dan dokumentasi masih kurang maksimal.

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis deskriptif kuantitatif

Metode analisis data yang tidak dapat diukur dengan angka baik data-data yang ada sehingga memberikan kesempatan yang dibutuhkan, maka beberapa alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Analisis Kuantitatif

Merupakan metode untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dan data yang diperoleh melalui uji statistik. Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan

⁹ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: ANDI, 2006, h. 137.

mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala Linkert. Skor yang digunakan adalah 5-4-3-2-1 berupa pernyataan positif (Sangat setuju/ Setuju/ Kurang setuju/ Tidak setuju/ Sangat tidak setuju).

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaan, yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebasnya (X) dua atau lebih. Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_n terhadap satu variabel terikat Y.¹⁰ Dengan pengaruh marketing mix sebagai variabel independen (bebas) dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut¹¹:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Y	: Keputusan Pasien
a	: Nilai Konstanta
$b_1 - b_5$: Koefisien korelasi ganda
X_1	: Produk (<i>product</i>)
X_2	: Harga (<i>price</i>)
X_3	: Lokasi (<i>place</i>)
X_4	: Promosi (<i>promotion</i>)
X_5	: Pelayanan (<i>service</i>)
e	: Standar error

¹⁰ Sambas Ali Muhidin dkk, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2007, h.198.

¹¹ Toni wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009, h.91.

3.4.2 Uji Instrumen

3.4.2.1 Uji Validitas

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*Construct Validity*). Validitas konstruk merupakan yang terluas cakupannya dibanding dengan validitas lainnya, karena melibatkan banyak prosedur termasuk validitas isi dan validitas kriteria.

Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel di mana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

r : Koefisien Korelasi

X : Nilai butir X

Y : Nilai butir Y

n : Jumlah responden¹²

¹² V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, h. 177.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Instrument reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek akan sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.¹³ Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
- n : Jumlah kuesioner
- $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir
- σ_1^2 : Varian total

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik normal

¹³ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: IKAPI, 2014, h. 348-349.

probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.¹⁴

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikasi) > 0,05
- b. Data tidak berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikasi) < 0,05

3.4.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel- variabel ini tidak ortogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:¹⁵

- a) Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabelvariabel Independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari

¹⁴ Hengky Latan, Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 56

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2005, h.91.

multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

- c) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawanya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

3.4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada $t-1$ (sebelumnya). Salah satunya menggunakan Uji Durbin-watson (DW Test) yang hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel bebas. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada utokorelasi ($r=0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Dengan kriteria:¹⁶

- 1) Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW terletak di antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

¹⁶ Masrukhin, *Statistik Inferensial aplikasi program spss*, Kudus: Media ilmu press, 2008, h.46

3.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas yang tidak terjadi Heteroskedastisitas.¹⁷

- a. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai Thitung lebih besar dari Ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai Thitung lebih besar dari Ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3.4.4 Uji Hipotesis

3.4.4.1 Uji Parsial (t test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen.¹⁸

3.4.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen.¹⁹

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi.....*h.105

¹⁸ *Ibid ...* h.127

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi.....*h. 87

3.5 Definisi operasional Variabel Penelitian

Pada dasarnya penentuan variabel penelitian merupakan operasional konstrak supaya dapat diukur. Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 3.1

**Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran
Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian		Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Bauran Pemasaran (X)	Produk (<i>product</i>) (X ₁)	Layanan produk dan jasa yang ditawarkan oleh rumah sakit kepada pasien dari mulai datang sampai meninggalkan rumah sakit.	<ul style="list-style-type: none"> - Brand - Kualitas pelayanan - Kelengkapan dokter spesialis - Kehalalal (sesuai dengan syariah) 	Skala Likert
	Harga (<i>price</i>) (X ₂)	Nilai yang ditukarkan pasien rumah sakit untuk suatu manfaat yang didapatkan atas pengkonsumsian dan penggunaan jasa rumah sakit.	<ul style="list-style-type: none"> - Diskon - Sesuai kebutuhan - Pembayaran mudah 	Skala Likert
	Lokasi (<i>place</i>) (X ₃)	Berhubungan dengan tempat dimana rumah sakit tersebut melakukan berbagai macam operasionalnya	<ul style="list-style-type: none"> - Strategis - Mudah akses - Kenyamanan tempat 	Skala Likert
	Promosi (<i>promotion</i>) (X ₄)	Kegiatan promosi yang dilakukan pihak rumah sakit dalam	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Advertising</i> - <i>Personal Selling</i> - <i>Sales</i> 	Skala Likert

		menginformasikan dan membujuk pasien rumah sakit terkait produk/jasa yang ditawarkan oleh pihak rumah sakit	- <i>Promotion Publicity</i>	
	Pelayanan (<i>service</i>) (X_5)	Pelayanan adalah suatu kegiatan yang tidak kasat mata yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien	- Kehandalan - Profesionalitas - Etika/Empati - Ketulusan	Skala Likert
Keputusan Pasien (Y)		Proses pengambilan keputusan pasien dengan pertimbangan internal maupun eksternal untuk berobat ke Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang.	- Faktor Internal (ekonomi, agama, gaya hidup dan psikologi) - Faktor Eksternal (keluarga, kelompok acuan dan kelas sosial)	Skala Likert