

## **BAB 4**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis Penelitian**

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian non-eksperimental dengan menggunakan metode survei yang bersifat deskriptif analitik, yang digunakan untuk mengetahui kesetiaan / loyalitas pelanggan serta persepsi mereka terhadap aspek-aspek bauran pemasaran di RS Zahirah dan studi analitik untuk mengetahui hubungan antara variabel *independen* / bebas (bauran pemasaran jasa) dengan variabel *dependen*/terikat (kesetiaan pelanggan) yang dilakukan dengan pendekatan potong lintang/*cross sectional*. Pendekatan *cross sectional* merupakan penelitian dimana pengumpulan data terkait variabel bebas dan variabel terikat dilakukan dalam waktu bersamaan dengan menggunakan metode survei yaitu membagikan kuesioner kepada sampel yang terpilih.

#### **4.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di RS Zahirah Jakarta, pada pelayanan rawat jalan selama bulan April sampai dengan Mei 2009.

#### **4.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah pasien yang menggunakan pelayanan jasa rawat jalan di RS Zahirah dengan kriteria pasien yang telah menggunakan jasa layanan lebih dari satu kali. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dimana seluruh anggota populasi diketahui tidak memiliki probabilitas yang sama untuk berada dalam sampel.

Sampel sebagai calon responden adalah pasien rawat jalan yang secara kebetulan berada dalam lokasi yang ditentukan peneliti selama pelaksanaan survei di RS Zahirah. Sampling dilakukan pada sore hari yang merupakan waktu teramai pasien datang ke RS Zahirah. Pasien yang datang akan diobservasi terlebih dahulu apakah mereka dapat dan bersedia untuk dilakukan wawancara kuesioner, serta

mampu berkomunikasi verbal dan dalam keadaan sadar. Apabila pasien anak-anak maka orang tua atau pengantar pasien yang diminta untuk mengisi kuesioner.

Untuk mendapatkan jumlah sampel, digunakan rumus sampel untuk estimasi proporsi, sebagai berikut :

$$n = \{Z^2 (1 - \infty / 2) * p(1-P)\} / d^2 \text{ dimana :}$$

n : jumlah sampel

P : estimasi proporsi untuk sampel yang loyal = 0,5

1-P : estimasi proporsi untuk sampel yang tidak loyal = (1-0,5)

Z : deviasi normal standar, digunakan 1,96

d : presisi yang diukur dalam setengah dari interval kepercayaan yang diinginkan

Proporsi pelanggan rawat jalan RS Zahirah yang loyal dan tidak loyal belum diketahui, sehingga digunakan rumus  $p=q=50\%$  dengan tingkat presisi yang diinginkan atau  $d=10\%$  dan  $Z=1,96$ .

Maka perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \{1,96^2 (0,5) * (0,5)\} / (0,1)^2$$

Dari perhitungan tersebut sampel yang diperlukan minimal 96 responden, dengan jumlah responden tersebut diperoleh tingkat kepercayaan 95% dalam melakukan estimasi proporsi responden yang loyal. Untuk menghindari terjadinya ketidaklengkapan perhitungan maka jumlah responden tersebut selanjutnya ditambahkan 10% dari jumlah awal sehingga jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 110 responden. Pengambilan sampel dilakukan selama sepuluh hari di Unit Rawat Jalan RS Zahirah.

#### 4.4 Pengumpulan Data

Data yang diperoleh adalah data primer yang merupakan hasil kuesioner kepada responden yang datang ke Unit Rawat Jalan RS Zahirah. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup (*close ended questionnaire*). Alternatif jawaban yang tersedia dapat berfungsi untuk memperjelas dimensi yang dicari dalam penelitian

serta mendorong responden untuk menentukan pilihan jawaban. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti dengan dibantu dua perawat di Unit Rawat jalan RS Zahirah. Responden diminta untuk mengisi kuesioner sambil menunggu giliran pemeriksaan.

Sebelum penelitian dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas dan reliabilitas dari instrumen. Uji coba dilaksanakan terhadap 30 orang responden yang mempunyai ciri-ciri relatif sama dengan responden yang akan diteliti. Pemilihan responden untuk pelaksanaan uji coba dilakukan pada pasien rawat jalan yang berkunjung pada pagi hari. Sedangkan pasien yang dipilih sebagai responden penelitian merupakan pasien rawat jalan yang berkunjung pada sore hari. Kuesioner hasil uji coba dihitung reliabilitasnya dengan menggunakan Uji *Alpha Cronbach*.

## **4.5 Pengolahan dan Analisis Data**

### **4.5.1 Pengolahan Data**

Data hasil kuesioner pasien akan diolah dengan menggunakan program komputer. Pengolahan data yang dilakukan oleh penulis dibagi melalui beberapa tahap yaitu sebagai berikut :

- 1) *Editing* data, yaitu melakukan pengamatan dalam kelengkapan dan kesesuaian dari jawaban setiap kuesioner.
- 2) *Coding* data, yaitu memberikan kode pada setiap informasi yang telah terkumpul pada setiap pertanyaan pada kuesioner, sesuai dengan pengukuran yang telah ditetapkan.
- 3) *Scoring* data, yaitu melakukan pembobotan terhadap variabel tentang tingkat kesetiaan pelanggan dan aspek bauran pemasaran RS Zahirah.
- 4) *Entry* data, yaitu proses memasukkan data ke dalam perangkat lunak yang digunakan.
- 5) *Cleaning* data, yaitu proses pembersihan data terhadap kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi selama memasukkan data.

#### 4.5.2 Analisis Data

Data yang terkumpul ditabulasi sesuai dengan tujuan penelitian. Kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan program komputer yang meliputi analisis univariat dan analisis bivariat. Kegiatan analisis ini diuraikan sebagai berikut :

##### a. Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan dengan membuat distribusi frekuensi dan statistik deskriptif dari setiap variabel yang diteliti (bauran pemasaran jasa) yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*, disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi (%).

##### b. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dilakukan dengan menggunakan analisis tabel silang 2 variabel (uji *Chi Square*) untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan tingkat kepercayaan 95%. Jika nilai p kurang dari 0,05 ( $p < \alpha$ ) maka hipotesis gagal ditolak dengan kesimpulan ada hubungan yang signifikan antara faktor bauran pemasaran jasa (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) dengan kesetiaan pelanggan di Unit Rawat Jalan RS Zahirah. Sedangkan jika nilai p lebih besar dari 0,05 ( $p > \alpha$ ) maka berarti tidak ada hubungan antara faktor bauran pemasaran jasa (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) dengan kesetiaan pelanggan di Unit Rawat Jalan RS Zahirah.

Uji statistik dengan menggunakan *Chi Square* merupakan alat statistik yang sederhana karena dari angka tersebut tidak dapat diketahui apakah hubungan bersifat positif atau negatif, bagaimana hubungan tersebut (linear atau non linear) dan betapa eratny hubungan tersebut. Rumus yang biasa digunakan adalah :

$$\chi^2 = \frac{(O-E)}{E}$$

E

$$\chi^2 = \text{statistik } Chi \text{ Square}$$

O = frekuensi hasil observasi

E = frekuensi yang diharapkan

Hasil analisis statistik *Chi Square* dibandingkan dengan  $\chi^2$  (tabel distribusi *chi-square* pada tingkat kemaknaan tertentu sesuai dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)). Adapun rumus *degree of freedom* adalah :

$$Df = (r-1)(c-1)$$

Df = derajat kebebasan

r = jumlah baris dalam tabel silang

c = jumlah kolom dalam tabel silang

Hasil dari analisis kuantitatif tersebut akan dibahas serta dianalisis dengan cara berpikir rasional dan analitik dengan mengacu pada kerangka konsep yang telah ditetapkan sebelumnya, kemudian dibandingkan dengan teori yang ada untuk selanjutnya diambil suatu kesimpulan.

