

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat social dan dinamin. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

Menurut Sugiyono (2016;14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Kasiram dalam Sujarweni (2015;39) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Penelitian kuantitatif menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variable. Dalam pendekatan

kuantitatif hakekat hubungan diantara variable-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan pada Puskesmas Sukomulyo GKB, yang berlokasi di Jl. Kalimantan No.104, Yosowilangun, Manyar, Kabupaten Gresik

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016;117).

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pasien yang ada di Puskesmas dan pasien/konsumen (pelanggan) yang datang berobat ke Puskesmas Sukomulyo GKB.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2016;118). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Menurut Sugiyono (2008:57) Sampel yg baik antara 30-500 responden. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 50 responden. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan adalah

Sampling Insidental / Accidental Sampling. Menurut Sugiyono, (2016;124) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang nilainya dapat berubah-ubah. Variabel yang diteliti dalam studi ini meliputi:

1. Variabel endogen (variabel terikat)

Variabel endogen (variabel terikat) adalah faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian adalah *Word Of Mouth* (Y).

2. Variabel eksogen (variabel bebas)

Variabel eksogen atau variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi

atau diamati. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2).

3. Variabel Intervening

Adalah variabel yang menjembatani antara variabel dependen dan independen. Variable intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pasien (Z).

3.4.2 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini definisi operasional dari variable penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (kehandalan), *Responsiviness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Emphaty* (empati), dan masing-masing dimensi memiliki indikator-indikator, sebagai berikut :

- a. *Tangible* (berwujud) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.

Indikatornya adalah :

- 1) Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
- 2) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- 3) Kemudahan dalam proses pelayanan
- 4) Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan

- 5) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
 - 6) Pengguna alat bantu dalam pelayanan
- b. *Reliability* (kehandalan) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikatornya adalah :
- 1) Kecermatan petugas dalam melayani
 - 2) Memiliki standar pelayanan yang jelas
 - 3) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 - 4) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- c. *Responsiviness* (ketanggapan) : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikatornya adalah :
- 1) Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
 - 2) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
 - 3) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
 - 4) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
 - 5) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
 - 6) Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
- d. *Assurance* (jaminan) : kemampuan dan keramahan serta sopan snatun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah :

- 1) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - 2) Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
 - 3) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
 - 4) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
- e. *Empathy* (empati) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Indikatornya adalah :
- 1) Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon
 - 2) Petugas melayani dengan sikap ramah
 - 3) Petugas melayani dengan sikap sopan santun
 - 4) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
 - 5) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Kepercayaan tersebut diukur dengan indikator dari 3 komponen yaitu :

a. Integritas (*Integrity*)

Merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur. Integritas perusahaan tergantung dari konsistensi

perusahaan dimasa lalu, komunikasi kredibel atau komunikasi tidak kredibel suatu perusahaan pada kelompok lain, dan apakah tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan janji atau kata-kata yang diucapkan perusahaan.

b. Kebaikan (*Benevolence*)

Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

c. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala kebutuhannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan.

Berdasarkan uraian diatas, maka indikator dalam penelitian ini yaitu integritas (*integrity*), kebaikan (*benevolence*), kompetensi (*competence*). Indikator tersebut dipakai karena dianggap sesuai dengan penelitian ini.

3. Kepuasan Konsumen

Bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan alternative konsumen. Sedangkan ketidakpuasan konsumen timbul apabila hasilnya tidak

memenuhi harapan. Kepuasan konsumen tersebut diukur dengan indikator pelayanan medis, fasilitas kesehatan dan lokasi puskesmas.

4. *Word Of Mouth*

Word Of Mouth merupakan pernyataan secara personal atau non personal yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada pelanggan. Dimana word of mouth dari Puskesmas Sukomulyo dapat diukur dengan indikator sebagai berikut: memberi rekomendasi yang baik tentang perusahaan, merekomendasikan perusahaan kepada teman dan para kolega serta merekomendasikan kepada teman bila ada yang membutuhkan perusahaan sejenis.

3.5 Jenis Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Menurut Sujarweni (2015:89) data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para pasien yang ada di Puskesmas Sukomulyo GKB.

3.6 Teknik Pengambilan Data

Metode pengambilan data penelitian ini menggunakan Kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan

pertanyaan kepada responden, pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui telepon, surat ataupun tatap muka. Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden (Sugiyono, 2016:199).

Sedangkan menurut Sujarweni (2015:94) kuesioner merupakan teknik pengumpulan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para para responden untuk dijawab. Kueisioner merupakan instrument pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden menggunakan 5 angka penelitian, yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) cukup setuju, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju. Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari tidak setuju sampai degan sangat setuju (Indrianto dan Supomo, 1999).

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan teknik analisis multivariate yang menggabungkan antara regresi dan analisis faktor (Sholihin dan Ratmono, 2013:8). *Partial Least Square* (PLS) tidak membutuhkan data yang terdistribusi normal atau dengan sampel yang sedikit. Jogianto (2009:11) menyatakan bahwa PLS merupakan suatu metode untuk memprediksi hubungan antar variabel yang ada di dalam model. Agar variabel-variabel yang diuji dapat diperbandingkan pengaruhnya terhadap variabel terikat dan karena pada penelitian ini terdapat perbedaan skala pengukuran setiap variabel, maka satuan koefisien variabel-variabel bebas

tersebut harus distandarisasi yang ditunjukkan dengan nilai β (Beta). Dari analisis data tersebut akan menghasilkan persamaan yaitu:

1. Untuk menguji hipotesis H1 dan H2 yaitu dengan persamaan sebagai berikut:

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots \text{(Persamaan I)}$$

2. Untuk menguji hipotesis H3, H4 dan H5 yaitu dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 X_3 + e \dots\dots\dots \text{(Persamaan II)}$$

Selanjutnya, untuk menguji *return on asset* sebagai *intervening* yaitu dengan mengalikan β (Beta) variabel eksogen dengan variabel *intervening*, antara lain:

3. Untuk menguji hipotesis H6 yaitu dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_6 X_1 \cdot \beta Z \dots\dots\dots \text{(Persamaan III)}$$

4. Untuk menguji hipotesis H7 yaitu dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_7 X_2 \cdot \beta Z \dots\dots\dots \text{(Persamaan IV)}$$

Keterangan :

- Z = Variabel *Intervening* (Kepuasan)
- Y = Variabel Endogen/Independen (WOM)
- β_{1-7} = Koefisien Variabel
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Kepercayaan
- e = *error*

3.7.1 Uji Kelayakan Model

R-square model *partial least square* dapat dilihat dengan Q-square *predictive relevance* untuk model variabel. Q-square digunakan untuk mengukur baiknya nilai observasi yang dihasilkan model beserta estimasi parameternya. Apabila nilai $Q^2 \geq 0$, nilai model bermakna *predictive relevance*, $Q^2 \leq 0$ maka nilai model kurang *predictive relevance*. Maka persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Selain itu, untuk menguji *goodness of fit* dapat ditentukan dengan menampilkan 3 indikator fit yaitu *Average Path Coefficient* (APC), *Average R-Squared* (ARS), dan *Average Variance Inflation Factor* (AVIF) yang harus terpenuhi. Untuk nilai *p-value Average Path Coefficient* (APC) dan *Average R-Squared* (ARS) harus lebih kecil dari 0,05 atau berarti signifikan. Selain itu, nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVIF) harus lebih kecil dari 5.

3.7.2 Uji Hipotesis

Untuk mengukur atau menjelaskan arah hubungan antar variabel atau model serta menjelaskan hipotesis dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *p-value* dalam memprediksi *direct effect* dan uji sobel untuk memprediksi *indirect effect*. Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan dalam menentukan hipotesis:

1. *Direct Effect*

Untuk mengukur atau menjelaskan arah hubungan dan pengaruh antar variabel secara langsung dapat di prediksi dengan nilai *p-value* dan untuk menjelaskan hipotesis dapat melihat nilai signifikansi pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ (alpha 95%). Berikut kriteria pengambilan keputusan:

a. H_0 diterima jika : *p-value* $\geq 0,05$

b. H_1 diterima jika : *p-value* $\leq 0,05$

2. *Indirect Effect*

Dalam penelitian ini terdapat variabel *intervening* yaitu kepuasan, dimana variabel ini memediasi hubungan tidak langsung antara variabel eksogen (X) dengan variabel endogen (Y). Maka dari itu diperlukan uji sobel untuk menguji hipotesis pengaruh secara tidak langsung. Uji Sobel merupakan pengujian hipotesis mediasi yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan *sobel test*. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap *Word Of Mouth* (Y) melalui variabel mediasi Kepuasan (Z). Dihitung dengan cara mengalikan jalur :

- a. X1 \longrightarrow Z (a)
 Z \longrightarrow Y (b)
- b. X2 \longrightarrow Z (c)
 Z \longrightarrow Y (d)

Jadi koefisien $ab = cd = (c-c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z. Standar *error* a dan b ditulis dengan S_a dan S_b , standar *error* c dan d ditulis dengan S_c dan S_d . Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) koefisien a dan b adalah S_{ab} , koefisien c dan d adalah S_{cd} yang dihitung dengan rumus :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2} \quad (\text{Jalur 1})$$

$$S_{cd} = \sqrt{d^2 S_c^2 + c^2 S_d^2 + S_c^2 S_d^2} \quad (\text{Jalur 2})$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab dan cd dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab} \quad (\text{jalur 1})$$

$$t = \frac{cd}{Scd} \quad (\text{jalur 2})$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2016: 237).