**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* + - 1. **Lokasi Penelitian**

 Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali yang bertempat di Jl. Pengging-Banyudono, Plumutan, Dukuh, Kec. Banyudono, Kabupaten Boyolali.

* + - 1. **Waktu Penelitian**

 Waktu yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu kurang lebih 3 bulan dimulai dari bulan Oktober 2021-Desember 2021.

* + - 1. **Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**
1. Populasi

 Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang menjadi karakteristik tertentu untuk ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016: 80). Populasi dalam penelitian ini yaitu berdasarkan observasi langsung di Klinik Baety Rahma Husada memiliki pelanggan berjumlah 900 orang.

1. Sample

 Sample merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2016: 116) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

 Teknik *sampling* menggunakan rumus Slovin. Perhitungan sederhana dalam menentukan sampel yaitu:

$n=\frac{900}{1+900 (0.01)^{2}}=90$

 Berdasarkan perhitungan di atas menunjukkan terdapat 90 orang untuk dijadikan sampel.

1. Teknik Pengambilan Sampel

 Penulis menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel 90 orang atau responden. Sugiyono (2016: 124) *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

* + - 1. **Jenis Data Penelitian**

 Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah- kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2016: 7). Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian mengambil sampel dari suatu populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, data dihasilkan dari kuesioner berupa angka dan akan digunakan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2016: 8). Setelah kuesioner diperoleh hasilnya, data berupa pendapat responden dikuantifikasikan berupa skor angka yang nantinya akan digunakan untuk olah data SPSS. Hasil olah data SPSS versi 25 akan dipaparkan secara deskriptif dan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penulis memilih menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui besaran pengaruh antara variabel *Brand Image*, Referensi Kelompok dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.

* + - 1. **Teknik Pengumpulan Data**

 Teknik pengumpulan data merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian, untuk mencari data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Secara garis besar pengumpulan data dapat dibedakan menjadi 5, antara lain:

1. Observasi

 Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono: 2019: 203). Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

1. Dokumentasi

 Menurut Sugiyono (2019: 329), dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Secara sederhana metode dokumentasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen atau foto-foto serta lampiran yang berguna sebagai informasi dalam penelitian.

1. Kuesioner

 Kuesioner merupakan metode memperoleh data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan secara tertulis yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data di lapangan untuk memecahkan penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang berhubungan dengan kegiatan penelitian adalah *Brand Image*, Referensi Kelompok dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

Adapun penilaian digolongkan menjadi 5 tingkatan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju, skor 5

S : Setuju, skor 4

N : Netral, skor 3

TS : Tidak setuju, skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju, skor 1

1. Wawancara

 Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Sugiyono, 2019: 286).

1. Studi pustaka

 Studi pustaka merupakan sebuah langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori, penelitian akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari pustaka yang berhubungan (Sugiyono, 2019: 252).

* + - 1. **Definisi Operasioal Variabel**

 Definisi operasional variabel adaalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti kegiatan untuk membenarkan operasional guna untuk mengukur variabel tersebut. variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel III.1**

**Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Indikator | Kisi-Kisi |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Kepuasan pelanggan adalah tolak ukur atau standar yang mengukur seberapa berhasil perusahaan memenuhi harapan pelanggan atas produk atau layanannya. | 1.Sikap2.Ketepatan Waktu3.Ketrampilan4.Lingkungan | 1. Ketersediaan peralatan untuk melaksanakan praktikum2. Kecakapan petugas laboratorium klinik baety rahma husada dalam memberikan penjelasan3. Kecakapan Dosen/PLP/Asisten dalam mengoperasikan alat.4. Kualitas sarana dan prasarana di klinik baety rahma husada 5.Keefektifan komunikasi antara Dosen/PLP/Asisten dan mahasiswa. |
| *Brand Image* (X1) | (brand image) adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen. | 1.Kualitas2.Logo | 1.Pelanggan merasa bangga pada saat menggunakan jasa layanan klinik baety rahma husada2.Pelanggan percaya dengan kualitas layanan kesehatan klinik baety rahma husada3.Nama dan logo klinik baety rahma husada mudah diingat4.Peralatan yang dimiliki klinik baety rahma husada sudah memadai untuk melayani pelanggan |
| Referensi Kelompok (X2) | Kelompok referensi (reference group) adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. | 1.Anjuran2.Informasi3.Tanggapan | 1.internet merupakan sumber informasi tentang klinik baety rahma husada2.pendapat dari masyarakat tentang klinik baety rahma husada berguna bagi anda3.anda menggunakan layanan klinik baety rahma husada merupakan anjuran dari masyarakat sekitar |
| Kepercayaan (X3) | Kepercayaan adalah keyakinan pada seseorang untuk menduduki jabatan tertentu karena diakui dia memiliki kemampuan dan kejujuran memikul jabatan tersebut sehingga benar-benar dapat memenuhi harapan. | 1.Pelayanan2.Kepuasan | 1.Saya percaya dengan jaminan kepuasan di Klinik baety rahma husada2.Saya percaya Klinik baety rahma memberikan pelayanan yang baik3.klinik baety rahma husada selalu mengutamakan kepuasan pelanggan |

**G. Teknik Analisis Data**

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

 Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner dikatakan valid apabila rhitung > rtabel pada nilai signifikasi 5% dan sebaliknya (Ghozali, 2018: 51).

Rumus korelasi *product moment*:



Keterangan:

rxy = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

Ʃxy = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

Ʃx2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Ʃy2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

(Ʃx)2 = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

(Ʃy)2 = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan.

 Berdasarkan hasil olah data pertanyaan yang sudah valid dengan jumlah sampel 20 responden (terlampir), selanjutnya dilakukan uji validitas kepada 90 responden dan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel III.2**

**Hasil Uji Validitas**

**Kepuasan Pelanggan (Y)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | r hitung | r tabel | Keterangan |
| 1 | KP1 | 0.972 | 0.444 | Valid |
| 2 | KP2 | 0.972 | 0.444 | Valid |
| 3 | KP3 | 0.895 | 0.444 | Valid |
| 4 | KP4 | 0.928 | 0.444 | Valid |
| 5 | KP5 | 0.888 | 0.444 | Valid |

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

 Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang mempunyai nilai rhitung > rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,444.

**Tabel III.3**

**Hasil Uji Validitas**

***Brand Image* (X1)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | r hitung | r tabel | Keterangan |
| 1 | BI1 | 0.937 | 0.444 | Valid |
| 2 | BI2 | 0.986 | 0.444 | Valid |
| 3 | BI3 | 0.930 | 0.444 | Valid |
| 4 | BI4 | 0.920 | 0.444 | Valid |

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

 Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel *brand image* yang mempunyai nilai rhitung > rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,444.

**Tabel III.4**

**Hasil Uji Validitas**

**Referensi Kelompok (X2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | r hitung | r tabel | Keterangan |
| 1 | RK1 | 0.988 | 0.444 | Valid |
| 2 | RK2 | 0.948 | 0.444 | Valid |
| 3 | RK3 | 0.935 | 0.444 | Valid |

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

 Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel referensi kelompok yang mempunyai nilai rhitung > rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,444.

**Tabel III.5**

**Hasil Uji Validitas**

**Kepercayaan (X3)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | r hitung | r tabel | Keterangan |
| 1 | KPR1 | 0.909 | 0.444 | Valid |
| 2 | KPR2 | 0.905 | 0.444 | Valid |
| 3 | KPR3 | 0.904 | 0.444 | Valid |

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

 Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel kepercayaan yang mempunyai nilai rhitung > rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,444.

b. Hasil uji reliabilitas

 Uji reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap penyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2018: 45).



Keterangan:

r11 : Nilai reliabilitas

∑Si : Jumlah varians skor tiap-tiap item

St : Varians total

k : Jumlah item

 Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel. Berdasarkan hasil uji reliablilitas 90 responden masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel III.6**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | *Cronbach's Alpha* | *Alpha* | Keterangan |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0.959 | 0.6 | Reliabel |
| *Brand Image* (X1) | 0.953 | 0.6 | Reliabel |
| Referensi Kelompok (X2) | 0.942 | 0.6 | Reliabel |
| Kepercayaan (X3) | 0.863 | 0.6 | Reliabel |

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

 Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan *Cronbach’s Alpha* sebagaimana terlihat pada tabel III.6 menunjukkan bahwa nilai *Alpha* lebih dari 0,6. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

 Uji asumsi klasik merupakan uji awal tentang judul penelitian untuk mengetahui pengaruh *brand image,* referensi kelompok, dan kepercayaanterhadap kepuasan pelanggan di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali. Pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan model regresi yaitu uji asumsi terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskendastisitas.

Berikut penjelasan masing-masing asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

 Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari α = 0,05, maka data normal (Ghozali, 2018: 161). Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolenieritas

 Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,10 (Ghozali, 2018: 108).

c. Uji Heteroskedastisitas

 Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsi lain jika signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi lainnya jika nilai Absolut nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 138).

1. Analisis Regresi Linier Berganda

 Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2018: 95). Adapun formula yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Rumus regresi linier berganda:

Y= a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 + e

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

a = bilangan konstanta

b = koefisien Regresi

X1 = *brand image*

X2 = referensi kelompok

X3 = kepercayaan

e = error

4. Uji Hippotesis

* 1. Uji simultan (Uji F)

 Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *brand image,* referensi kelompok, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali. Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017: 303). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

* + - 1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 = β2 = β3 = 0 tidak ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* (X1), referensi kelompok (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* (X1), referensi kelompok (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

* + - 1. Menentukan level of signifikan (α).
			2. *Rule of the test*

Daerah Tolak Ho Ho

Daerah Terima Ho

F (α, k, n-k)

 **Gambar III.1**

 **Kurva Normal Uji F**

Ho diterima : Fhitung ≤ Ftabel (α, k, n-k)

Ho ditolak : Fhitung > Ftabel (α, k, n-k)

4) Menghitung nilai F

F = R2/ k-1

 1-R2/ (n-k)

 Keterangan:

 k = jumlah parameter yang diestimasi termasuk *intercept*

 n = jumlah pengamat

 R2 = koefisien determinasi

5) Keputusan

Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel

Ha ditolak apabila Fhitung > Ftabel

* 1. Uji Parsial (uji t)

 Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara secara terpisah, kontribusi yang ditimbulkan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0,05, memiliki arti bahwa variabel secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017: 304). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 = β2 = β3 = 0, artinya variabel independen *brand image* (X1), referensi kelompok (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, artinya variabel independen *brand image* (X1), referensi kelompok (X2) dan kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.

2) Menentukan level of signifikan (α)

3) *Rule of the test*

Daerah Tolak Ho

Daerah Tolak Ho

*Daerah ditolak*

*Daerah ditolak*

-t (α/2), n-k

t (α/2), n-k

**Gambar III.2**

**Kurva Normal Uji t**

Ho diterima : -t (α/2, n-k) < t < t (α/2, n-k)

Ho ditolak : t < -t (α/2, n-k) atau t > t (α/2, n-k)

4) Menghitung nilai t

thitung = b – β

 Sb

Keterangan:

B = koefisien regresi

β = slop garis regresi

Sb = standart error

5) Keputusan penguji

a) Ho diterima berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Ho ditolak berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinasi (Adjusted R²)

 Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018: 97).



Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r2 = Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

* + - 1. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah.
			2. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.