BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dinalisis lebih lanjut dalam analisis data.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini masuk jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. "Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan yang tertinggi apabila dibandingkan dengan dua jenis penelitian lainnya yaitu penelitian deskriptif dan komparatif. Jenis penelitian ini dapat membangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala."[1]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan, pada bulan Desember 2015 sampai bulan Februari tahun 2016.

C. Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian.[2] Karakteristik tersebut adalah perawat tetap yang memiliki masa kerja minimal dua tahun di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perawat tetap yang bekerja di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan yang berjumlah 123 orang.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang bervariasi yang menjadi objek penelitian.[3] Penelitian pengaruh pemasaran internal terhadap komitmen kerja dan kinerja perawat terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

   Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*).[4] Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis variabel bebas (X) adalah pemasaran internal.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*Independent Variable*).[5] Pada penelitian ini variabel terikat pertama (Y_1) yang juga menjadi variabel intervening adalah komitmen kerja dan variabel terikat kedua (Y_2) adalah Kinerja Perawat.

---

[2] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 218
[3] Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 130-134
[4] Sugiyono, "*Memahami Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Alfabeta, 2012), 59
[5] Ibid, 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pemasaran Internal (X_1)	Sebuah proses yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dimana hal yang dilakukan bertujuan untuk memotivasi karyawan agar dapat memberikan yang terbaik untuk setiap pekerjaan yang dilakukan.	1. Pengetahuan Visi 2. Pengembangan SDM 3. Penghargaan	Ordinal
Komitmen Kerja (Y_1)	Sebuah ikatan yang terbentuk atas keyakinan dalam diri dan memberikan implikasi berupa semangat untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan benar.	1. Bekerja merupakan ketaatan kepada Allah (*ta'atullah*) 2. Bekerja ikhlas sebagai ibadah 3. Mandiri dalam bekerja (*i'timad 'ala nafsih*) 4. Konsisten (*istiqomah*) dalam bekerja	Ordinal
Kinerja Perawat (Y_2)	Hasil dari sebuah pekerjaan seorang karyawan atas pelayanan secara keseluruhan sesuai dengan *job description* yang diberikan.	1. Niat bekerja karena Allah. 2. Menerapkan kaidah atau norma atau syariah secara *kaffah* dalam bekerja. 3. Memiliki motivasi spritual dengan mencari keberuntungan di dunia dan akhirat. 4. Menerapkan asas efisiensi dan manfaat dengan tetap menjaga kelestarian hidup. 5. Menjaga	Ordinal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		keseimbangan antara bekerja dan beribadah. 6. Bersyukur kepada Allah SWT dengan cara tidak menjadi seseorang yang konsumtif. 7. Mengeluarkan Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), dan menyantuni anak yatim serta fakir miskin.	

Pengukuran untuk masing-masing indikator variabel dilakukan dengan *scoring* menurut skala Linkert yang telah dimodifikasi, yaitu menghilangkan jawaban tengah (ragu-ragu). Skala Likert tersebut adalah:

1. Nilai 1 (satu) mewakili jawaban sangat tidak setuju
2. Nilai 2 (dua) mewakili jawaban tidak setuju
3. Nilai 3 (tiga) mewakili jawaban setuju
4. Nilai 4 (empat) mewakili jawaban sangat setuju.

F. Evaluasi Outer Model

Outer model merupakan model yang mendefinisikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Evaluasi *outer model* dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatan jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut.[6] Pada penelitian ini uji validitas dianalisis dengan melihat nilai *convergent validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *loading factor* diharapkan lebih dari 0,70. Hasil *output* nilai *loading factor* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Nilai Loading Faktor

Indikator	Pemasaran Internal	Komitmen Kerja	Kinerja
P1	0,765		
P2	0,837		
P3	0,800		
Ko1		0,658	
Ko2		0,813	
Ko3		0,866	
Ko4		0,968	
Ki1			0,770
Ki2			0,799
Ki3			0,779
Ki4			0,714
Ki5			0,769
Ki6			0,722
Ki7			0,735

Sumber: Data diolah dengan program Smartpls 3

Data di atas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* pada semua indikator dalam variabel pemasaran internal dan kinerja dianggap valid karena nilai *loading factor* yang dihasilkan >0,70, namun pada variabel komitmen kerja terdapat nilai *loading factor* yang tidak valid, yaitu pada indikator pertama (Ko1) yang memiliki nilai 0,658. Karena nilai *loading factor* tidak sesuai dengan syarat (0,658 < 0,70) maka indikator tersebut harus dikeluarkan dan akan dilakukan penghitungan ulang.

[6] Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.3
Penghitungan Ulang Nilai Loading Factor

Indikator	Pemasaran Internal	Komitmen Kerja	Kinerja
P1	0,789		
P2	0,828		
P3	0,787		
Ko2		0,768	
Ko3		0,800	
Ko4		0,774	
Ki1			0,768
Ki2			0,800
Ki3			0,774
Ki4			0,723
Ki5			0,763
Ki6			0,731
Ki7			0,725

Sumber: Data diolah dengan program Smartpls 3

Setelah dilakukan penghapusan pada 1 indikator dalam variabel komitmen kerja, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa indikator berjumlah 13 butir yang diajukan oleh peneliti memiliki nilai *loading factor* 0,70. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator valid dan dapat digunakan dalam penelitan ini.

2. *Discriminant Validity*

Untuk melihat *discriminant validity* adalah dengan cara melihat nilai *cross loading factor*. *Cross loading factor* berguna untuk melihat apakah konstruk memiliki nilai diskriminan yang memadai yaitu dengan membandingkan korelasi indikator dengan konstruknya, nilai indikator harus lebih besar dibandingkan korelasi antara indikator dengan konstruk lain. Jika korelasi indikator konstruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut dengan konstruk lain,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki *discriminant validity* yang tinggi. Nilai *cross loading factor* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Nilai Cross Loading

Indikator	Pemasaran Internal	Komitmen Kerja	Kinerja
P1	**0,789**	0,297	0,349
P2	**0,828**	0,278	0,321
P3	**0,787**	0,386	0,275
Ko2	0,321	**0,870**	0,336
Ko3	0,377	**0,864**	0,249
Ko4	0,402	**1,000**	0,338
Ki1	0,316	0,212	**0,768**
Ki2	0,386	0,284	**0,800**
Ki3	0,220	0,270	**0,774**
Ki4	0,325	0,273	**0,723**
Ki5	0,262	0,190	**0,763**
Ki6	0,304	0,282	**0,731**
Ki7	0,210	0,258	**0,725**

Sumber: Data diolah dengan program Smartpls 3

Output diatas menunjukkan bahwa korelasi konstruk komitmen kerja dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator pemasaran internal dan kinerja. Berarti bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka dibandingkan dengan indikator lainnya.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.[7] Uji reliabilitas data dilakukan dengan

[7] Ibid, 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melihat output *composite reliability*, nilai yang harus dicapai adalah >0,70 maka data tersebut bisa dianggap reliabel dan terandalkan. Nilai *composite reliability* yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Pemasaran Internal	0,843
Komitmen Kerja	0,938
Kinerja	0,903

Sumber: Data diolah dengan program Smartpls 3

Data diatas menunjukkan bahwa nilai dari setiap variabel >0,70, maka dapat disimpulkan bahwa data dari variabel pemasaran internal, komitmen kerja, dan kinerja adalah reliabel dan terandalkan, serta dapat digunakan untuk uji hipotesis pada penelitian ini.

4. *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas diperkuat dengan nilai *cronbach's alpha*. Menurut Nunnaly, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* >0,60.[8] Berikut adalah hasil nilai *cronbach's alpha* untuk semua konstruk:

Tabel 3.6
Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Pemasaran Internal	0,721
Komitmen Kerja	0,898
Kinerja	0,875

Sumber: Data diolah dengan program Smartpls 3

Melihat dari hasil pengujian di atas, menunjukkan bahwa nilai crobach's alpha untuk variabel pemasaran internal, komitmen kerja dan

[8]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kinerja memiliki nilai > 0,6. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketiga variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

5. *Outer Weight*

Output dari *outer weight* memperlihatkan seberapa besar setiap indikator signifikan terhadap variabel latennya. Karena memakai alpha 5% maka hasil dari *P Values* harus <0,05 maka data tersebut akan dianggap signifikan.

Tabel 3.7
Outer Weight

Indikator	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
P1 ← Pemasaran Internal	0,423	0,419	0,050	8,451	0,000
P2 ← Pemasaran Internal	0,392	0,398	0,053	7,393	0,000
P3 ← Pemasaran Internal	0,434	0,435	0,065	6,635	0,000
Ko2 ← Komitmen Kerja	0,352	0,351	0,028	12,563	0,000
Ko3 ← Komitmen Kerja	0,341	0,341	0,028	12,125	0,000
Ko4 ← Komitmen Kerja	0,399	0,400	0,012	32,442	0,000
Ki1 ← Kinerja	0,188	0,193	0,039	4,782	0,000
Ki2 ← Kinerja	0,237	0,238	0,039	6,145	0,000
Ki3 ← Kinerja	0,166	0,164	0,031	5,349	0,000
Ki4 ← Kinerja	0,209	0,211	0,040	5,267	0,000
Ki5 ← Kinerja	0,160	0,152	0,037	4,357	0,000
Ki6 ← Kinerja	0,204	0,214	0,040	5,063	0,000
Ki7 ← Kinerja	0,158	0,149	0,034	4,604	0,000

Sumber: data diolah dengan program Smartpls 3

Penghitungan di atas memperlihatkan bahwa *P Values* semua indikator dari tiap variabel sebesar 0,000. Karena semua *P Values* memenuhi syarat (0,000 < 0,05), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah setiap indikator signifikan terhadap variabel laten yang ada didalam penelitian ini yaitu pemasaran internal, komitmen kerja, dan kinerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan alat kuesioner yang diberikan kepada responden dengan memberikan panduan tata cara untuk pengisian kuesioner. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber lain yang digunakan untuk mendukung hasil penelitian, dan dalam penelitian ini data sekunder yang diperlukan berupa adalah data jumlah perawat beserta lama bekerja.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan ketepatan atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.[9] Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode Kuesioner. Metode kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[10] Metode ini digunakan untuk memperoleh data pengaruh pemasaran internal dalam pembentukan komitmen kerja dan kinerja perawat.

---

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 193
[10] Ibid, 199

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstrak laten dan indikatornya, konstrak satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel *dependent* dan *independent* secara langsung.[11]

Model Persamaan Struktural atau *Structural Equation Model* (SEM) adalah teknik-teknik statistika yang memungkinkan pengujian suatu rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara simultan. Hubungan yang kompleks dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Mungkin juga terdapat suatu variabel yang berperan ganda yaitu sebagai variabel independen pada suatu hubungan, namun menjadi variabel dependen pada hubungan lain mengingat adanya hubungan kausalitas yang berjenjang. Masing-masing variabel *dependent* dan *independent* dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa variabel indikator. Demikian pula diantara variabel-variabel itu dapat berbentuk sebuah variabel tunggal yang diobservasi atau yang diukur langsung dalam sebuah proses penelitian.[12]

---

[11] Sofyan Yamin dan Hery Kurniawan, *Structural Equation Modeling*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2009), 1

[12] Sofyan Yamin, *Rahasia Olah Data Lisrel* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Asumsi *Structural Equation Model* (SEM)

   Untuk menggunakan SEM diperlukan asumsi-asumsi yang mendasari penggunaannya. Asumsi tersebut diantaranya adalah:

   a. Uji normalitas

      Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal/tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.[13] Pengujian normalitas dalam hal ini dilakukam dengan cara menguji semua variabel secara bersama-sama atau bisa disebut *multivariate normality*.

   b. Jumlah sampel

      Pada umumnya dikatakan penggunaan *Structural Equation Model* (SEM) membutuhkan jumlah sampel yang besar. Ukuran sampel untuk pengujian model dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) adalah antara 100-200 sampel atau tergantung pada jumlah parameter yang digunakan dalam seluruh variabel laten, yaitu jumllah parameter dikalikan 5 sampai 10.

   c. Data interval

      Sebaiknya data interval digunakan dalam *Structural Equation Model* (SEM). Penggunaan data ordinal atau nominal akan mengecilkan koefisien matriks korelasi yang digunakan dalam *Structural Equation Model* (SEM).

[13] Bhuono Agung Nugroho, "*Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*", (Yogyakarta: Andi, 2005), 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagian *Structural Equation Model* (SEM)

   Secara umum, sebuah *Structural Equation Model* (SEM) terdiri dari 2 (dua) bagian utama, yaitu:

   a. Measurement Model atau Model Pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya.
   b. Structural Model menggambarkan struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor.

3. Proses Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

   Untuk membuat model yang lengkap, beberapa langkah berikut ini perlu dilakukan:

   a. Pengembangan model berbasis teori
   b. Pengembangan *structural equation model* untuk menunjukkan hubungan kausalitas.
   c. Pemilihan matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.
   d. Menilai *problem* identifikasi.
   e. Evaluasi model.
   f. Interpretasi model.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id