

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih pada Apotek maggha mulia 2 yang beralamat pada jalan jendral sudirman No.2957CD kota Palembang Provinsi Sumatra Selatan No Izin: 503/IPSPA/0059/KPPT/12. No telpon: 0711354824.

B. Desain penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan cara memperoleh pengetahuan atau permasalahan di mana data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.² Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden (objek penelitian).

Data primer dapat diperoleh melalui kuesioner, observasi, dan test. Pengumpulan

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2012), hlm. 8.

²Toto Syatori Nasehuddie, *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)*, Edisi Revisi ke-III (Cirebon: STAIN Cirebon 2012), hlm. 57.

data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian bisnis dan ekonomi yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan.³ Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran berupa kuesioner kepada konsumen pada apotek maggha mulia 2 yang akan menjadi subjek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, sifat dan nilai dari data tersebut dipergunakan untuk pengambilan keputusan.⁴ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal ilmiah penelitian terdahulu, buku, artikel, data-data yang berhubungan dengan penelitian serta data yang diperoleh dari apotek maggha mulia 2.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli obat pada apotek maggha mulia yang jumlah populasinya.⁶ populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang datang membeli obat di apotek maggha mulia 2.

2. Sampel

³Danang Sunyoto, *Metode dan Instrumen Penelitian (Ekonomi dan Bisnis)*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 10.

⁴Danang Sunyoto, *Metode dan Instrumen Penelitian (Ekonomi dan Bisnis)*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 11

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 119.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap bisa mewakili populasi.⁷ Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden dilakukan melalui teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel didasarkan dengan pertimbangan kriteria tertentu.⁸

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel dapat terpilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat. Accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang secara kebetulan dengan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sebagai sampel.⁹

Dalam Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan perhitungan melalui rumus hair at al adalah tergantung pada jumlah indikator dikali rentang 5 sampai 10.¹⁰ Jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\begin{aligned} S &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \end{aligned}$$

Keterangan :

S = Sampel

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010) hlm. 80.

⁸Arif Furchan, *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan Usaha Nasional* (Surabaya: 2010) hlm. 189.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010) hlm. 81.

¹⁰Muhajirin & Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017), Hlm 120.

Jadi dalam penelitian ini menggunakan 120 responden yang akan dijadikan sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang pengumpulannya dilakukan melalui Kuisioner (Angket). Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹¹

Setelah data terkumpul, dilakukan proses *editing* dalam dua tahap, yaitu: tahap pertama pada kuisioner sebelum datanya di-entry untuk dianalisis dengan terlebih dahulu diberikan skor item jawaban pertanyaan kuisioner dengan skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian: 5. Sangat Setuju (SS), 4. Setuju (S), 3. Netral (N), 2. Tidak Setuju (TS), dan 1. Sangat Tidak Setuju (STS).¹²

Tabel 3.1
Klasifikasi Skala Likert

No	Klasifikasi	Skor
1	SS “Sangat Setuju”	5
2	S “Setuju”	4
3	N “Netral”	3
4	TS “Tidak Setuju”	2
5	STS “Sangat Tidak Setuju”	1

Sumber : Hasan¹³

F. Variabel penelitian

¹¹Soeratno & Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi(Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hlm. 89.

¹²Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Cet. 9 Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 24.

¹³M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Cetakan ke-4 (Bogor: Ghlmia Indonesia, 2015), hlm. 134.

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya variabel penelitian yang menjadi yang sangat penting yang akan diteliti dan dianalisis pada penelitian ini. Antara lain:

1. Variabel independen (X1)

Variabel independen yaitu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Yang menjadi variabel independen (X1) yaitu harga pada apotek maggha mulia 2.

2. Variabel independen (X2)

Variabel independen yaitu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yang menjadi variabel independen (X2) yaitu kualitas pelayanan pada apotek maggha mulia 2.

3. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen (Y) yaitu variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen pada apotek maggha mulia 2.

G. Definisi operasional variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti, atau mengspesifikasikan kejelasan variabel tertentu.¹⁴

Definisi operasional pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
----	----------	-------------------	-----------	-------

¹⁴Albert Kurniawan, *Metodologi Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm 73

1	Harga (X_1)	kotler dan amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dan manfaat produk.	Likert
2	kualitas pelayanan (X_2)	Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan harapan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam memiliki kinerja produk tersebut.	1. Keandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan dan kepastian 4. Empati 5. Bukti fisik	Likert
3	Kepuasan Konsumen (Y)	menurut kotler kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang terhadap (kinerja) (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya	1. kesesuaian harapan 2. minat berkunjung kembali 3. kesediaan merekomendasi	Likert

H. Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reabilitas)

instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersifat non-mekanis dengan instrumen pertama berupa kuesioner. Maka untuk mengukur validitas dan reliabilitas dilakukan pengujian terlebih dahulu.

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam program SPSS 16,00 akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan metode Cronbach's Alpha. Metode Cronbach's Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala rentangan (> 60).¹⁶

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode yang telah

¹⁵Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 90.

¹⁶.Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 97-98..

ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut maka pemilihan tes statistik yang akan dilakukan adalah regresi linier berganda.

Perangkat lunak yang digunakan adalah *software* SPSS 16.00 yaitu dengan menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data. Dalam proses analisisnya, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ditempuh dalam beberapa teknik analisis data yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau tidaknya normalitas residual, multiklonieritas, dan hetoreskendastis pada model regresi model regresi linier dapat diebut sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.¹⁷ Pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol (H_0) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_a) untuk data berdistribusi tidak normal. Dengan uji statistik yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Hipotesis yang dikemukakan :

H_0 = data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig > 0,05)

H_a = data residual tidak beristribusi normal (Asymp. Sig < 0,05)

b. Uji Multikolinearitas

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : B-P UNDIP 2009), hlm. 147

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Dikatakan terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$). Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi gejala *multikolinierita* yang tinggi.¹⁸ Dan sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.¹⁹ Pengujian terhadap heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode park. Menurut Imam Alghazali, jika semuanya nilai $Sig > 0,05$ semua variabel terhadap residual kuadrat berarti tidak terdapat gejala heteroskedastiitas. Dan jika sebaliknya nilai signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas dan tidak dapat dilanjutkan.

d. Uji linearitas

¹⁸Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), hlm. . 79.

¹⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, 2010), hlm.

Tujuan dari uji linieritas yaitu digunakan untuk mengetahui linieritas data yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian pada spss dengan menggunakan *tes for linearity* pada taraf signifikan 0,5 dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan linieritas kurang dari 0,5

2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan model persamaan linier dengan variabel bebas. Analisis ini untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen jika nilai variabel independen mengalami peningkatan atau penurunan. Model regresi yang digunakan yaitu dengan rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan²⁰

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

uji t yaitu untuk melihat dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menjelaskan variabel dependen.

²⁰Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, (Bandung: Alfabeta: 2014) hlm. 194.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan $> 0,05$.²¹ penerimaan atau penolakan hipotesis ditentukan dengan kriteria jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan jika signifikan $< 0,05$, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji f bertujuan untuk mengukur semua variabel independen yang dimasukkan dalam model apakah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen pengujian secara simultan yaitu dengan membandingkan jika nilai signifikan $> 0,05$ artinya semua variabel independen secara bersama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.²²

c. Uji Determenasi R Square (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1 nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen untuk menentukan nilai angka koefisien determinasi dilihat pada kolom *R square* pada tabel model *summary*.²³

²¹Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi: 2009), hlm 188.

²²Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi: 2009), hlm 190.

²³Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi: 2009), hlm 191.