

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode survei. Metode survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pernyataan atau pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan secara tertulis disebut kuesioner. Berkaitan dengan itu, cara survei terbagi menjadi 2 bagian, yaitu wawancara (*interview*) dan kuesioner (Sanusi, 2011:105).

#### **3.2 Definisi operasional variabel**

Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Definisi masing-masing variable adalah sebagai berikut :

1. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variable yang dipengaruhi oleh variable lain (Sanusi, 2011:50). Dalam penelitian ini yang menjadi varibel terikat adalah loyalitas

konsumen(Y). Loyalitas pelanggan adalah keyakinan pelanggan pada brand atau perusahaan tertentu dan diikuti dengan pembelian ulang (Doyle, 2013: 307). Loyalitas pelanggan mempunyai indikator yang meliputi : *repeat purchase*, *retention* dan *referalls*. Untuk mengukur masing-masing instrument penelitian ini menggunakan skala likert, dengan lima alternative jawaban yaitu “sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), ts (tidak setuju) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sanusi, 2011: 60).

## 2. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi variabel lain (Sanusi, 2011:50). Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas meliputi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ). Kualitas pelayanan adalah kesan subjektif yang dipersepsi pelanggan terhadap standard pelayanan organisasi tertentu terhadap public (Doyle, 2013:465). Indikator kualitas pelayanan meliputi : realibilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, semua indicator ini dapat menjadi pengaruh konsumen dalam mengambil keputusan. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran jasa yang paling kelihatan, dapat dikendaikan, dan fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat tidak seperti unsur produk dan saluran distribusi (Wijaya, 2012:106).

Indikator harga meliputi : keterjangkauan harga dan potongan harga. Untuk mengukur masing-masing instrument penelitian ini menggunakan skala likert, dengan lima alternative jawaban yaitu “sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts)” (Sanusi, 2011:60).

**Tabel 1.3** Tabel Definisi Operasional Variabel

| NO | Variabel Penelitian                  | Definisi Variabel   | Indikator  | Skala Pengukuran |
|----|--------------------------------------|---|--|------------------|
| 1. | Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> ) | Kualitas pelayanan adalah kesan subjektif yang dipersepsi pelanggan terhadap standard pelayanan organisasi tertentu terhadap publik. (Doyle, 2013:465)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wujud</li> <li>2. Empati</li> <li>3. Kehandalan</li> <li>4. Ketanggapan</li> <li>5. Jaminan</li> </ol> (Kotler, 2013:52)       | Skala likert     |
| 2. | Harga (X <sub>2</sub> )              | Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran jasa yang paling kelihatan, dapat dikendalikan, dan fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat tidak seperti unsur produk dan saluran distribusi. (Wijaya, 2012:106) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Potongan harga</li> </ol> (Supranto, 2012:50)   | Skala likert     |
| 3. | Loyalitas pasien (Y)                 | Loyalitas pelanggan adalah keyakinan pelanggan pada brand atau perusahaan tertentu dan diikuti dengan pembelian ulang. (Doyle, 2013:307)  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Repeat purchase</i></li> <li>2. <i>Satisfaction</i></li> <li>3. <i>Word of mouth</i></li> </ol> (Kotler & Keller, 2016:650) | Skala likert     |

### 3.3 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian akan dilakukan di Apotik Cahaya Garden, beralamat di kompleks pertokoan cahaya garden blok f no.2-3 Bengkong, Batam, Kepulauan Riau. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari penyebaran kuesioner

kepada pelanggan(pasien) Apotek Cahaya Garden. Waktu penelitian di laksanakan pada bulan April – September 2018.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut (Sanusi, 2011:87) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan apotek cahaya garden yang datang lebih dari 2 kali periode bulan April - September 2018. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 280.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut (Sanusi, 2011:87) sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Purposive sampling termasuk dalam metode *nonprobability sampling* (Sujarweni, 2018:109). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan apotik cahaya garden yang sudah datang lebih dari 2 kali.

Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Krejcie-Morgan (Sanusi, 2011:101) sebagai berikut :

**Rumus 4.1** Rumus krejcie-morgan

$$n = \frac{X^2 NP(1 - P)}{d^2(N - 1) + X^2 P(1 - P)}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Pa = Proporsi populasi (0,5)

d = Derajat ketelitian (0,05)

X<sup>2</sup> = nilai tabel X<sup>2</sup> = 3,84

Hasil perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{3,84(280)(0,5)(1-0,5)}{(0,05)^2(280-1)+3,84 \cdot (0,5)(1-0,5)} = \frac{268,8}{1,6575} = 162,171 = 162 \text{ (dibulatkan).}$$

Maka jumlah pelanggan yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 162 orang dengan taraf kesalahan 5%

**Tabel 1.4** Tabel Sampel Kerjcie-morgan

| N   | S   | N    | S   | N     | S   |
|-----|-----|------|-----|-------|-----|
| 10  | 10  | 220  | 140 | 1200  | 291 |
| 13  | 14  | 230  | 144 | 1300  | 297 |
| 20  | 19  | 240  | 148 | 1400  | 302 |
| 25  | 24  | 250  | 152 | 1500  | 306 |
| 30  | 28  | 260  | 155 | 1600  | 310 |
| 35  | 32  | 270  | 159 | 1700  | 313 |
| 40  | 36  | 280  | 162 | 1800  | 317 |
| 45  | 40  | 290  | 165 | 1900  | 320 |
| 50  | 44  | 300  | 169 | 2000  | 322 |
| 55  | 48  | 320  | 175 | 2200  | 327 |
| 60  | 52  | 340  | 181 | 2400  | 331 |
| 65  | 56  | 360  | 186 | 2600  | 335 |
| 70  | 59  | 380  | 191 | 2800  | 338 |
| 75  | 63  | 400  | 196 | 3000  | 341 |
| 80  | 66  | 420  | 201 | 3500  | 346 |
| 85  | 70  | 440  | 205 | 4000  | 351 |
| 90  | 73  | 460  | 210 | 4500  | 354 |
| 95  | 76  | 480  | 214 | 5000  | 357 |
| 100 | 80  | 500  | 217 | 6000  | 361 |
| 110 | 86  | 550  | 226 | 7000  | 364 |
| 120 | 92  | 600  | 234 | 8000  | 367 |
| 130 | 97  | 650  | 242 | 9000  | 368 |
| 140 | 103 | 700  | 248 | 10000 | 370 |
| 150 | 108 | 750  | 254 | 15000 | 375 |
| 160 | 113 | 800  | 260 | 20000 | 377 |
| 170 | 118 | 850  | 265 | 30000 | 379 |
| 180 | 123 | 900  | 269 | 40000 | 380 |
| 190 | 127 | 950  | 274 | 50000 | 381 |
| 200 | 132 | 1000 | 278 | 75000 | 382 |

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah jenis *purposive sampling*, ini biasa disebut juga dengan *judgement sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu, terutama pertimbangan yang diberikan oleh sekelompok pakar atau *expert* (Sanusi, 2011:95).

Adapun kriteria yang digunakan adalah :

1. Konsumen/pasien yang datang lebih dari 2 kali ke apotik cahaya garden
2. Konsumen/pasien yang berusia 12 tahun ke atas

### **3.5 Teknik pengumpulan data**

Pengambilan data penelitian ini dikumpulkan dengan cara melakukan survei. Cara survei merupakan pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pernyataan atau pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pertanyaan diajukan dalam bentuk lisan maka disebut wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut kuesioner.

Kuesioner adalah pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan/pernyataan yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sanusi, 2011:109).

Kuesioner dapat diberikan kepada responden melalui beberapa cara :

1. Disampaikan langsung oleh peneliti kepada responden
2. Dikirim bersama-sama dengan barang lain
3. Ditempatkan di tempat-tempat yang ramai dikunjungi orang
4. Dikirim melalui pos, faksimil atau menggunakan teknologi komputer (*e-mail*)

Untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan dan juga membantu peneliti dalam melakukan evaluasi akhir, kuesioner sebaiknya disusun secara rapi dan jelas, serta mudah digunakan. Dan yang perlu memperhatikan beberapa hal seperti : kesederhanaan kata atau kalimat, kebakuan bahasa, nomor urut pertanyaan dan ruang yang disediakan untuk menjawab.

### **3.6 Instrumen penelitian**

Menurut (Sanusi, 2011:67) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alami atau sosial. Instrumen ada yang sudah tersedia dan ada yang belum. Suatu instrument yang valid dan reliable pada waktu tertentu belum tentu valid dan reliable pada waktu lain. Itu sebabnya peneliti perlu menyusun sendiri instrument penelitiannya. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang diambil dari dimensi masing-masing variable, indikator ini dituangkan dalam bentuk pernyataan yang dibagikan kepada responden. Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu berupa kuesioner yang telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Terdapat tiga variable dalam penelitian ini diantaranya yaitu kualitas konsumen, harga dan kualitas pelayanan. Teknik pengambilan skala dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variable yang sedang diukur (Sanusi, 2011:59)

Terdapat lima point penilaian dalam skala likert diantaranya yaitu :

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (ss)
2. Skor 4 untuk jawaban setuju (s)
3. Skor 3 untuk jawaban netral (n)
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (ts)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (sts)

### **3.7 Teknik analisis data**

#### **1. Analisis deskriptif**

Menurut (Sujarweni, 2018: 136) mengatakan bahwa statistik deskriptif merupakan gambaran berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Statistik deskriptif seperti mean, median, modus, persentil, desil, quartile dalam bentuk analisis angka maupun gambar/diagram. Dalam analisis deskriptif diolah pervariabel.

#### **2. Analisis inferensi**

Menurut (Sujarweni, 2018:136) statistic inferensi berusaha membuat berbagai inferensi terhadap sekumpulan data yang berasal dari suatu sampel. Tindakan inferensi tersebut seperti melakukan prakiraan, peramalan, pengambilan keputusan dari dua variable atau lebih. Dalam analisis inferensi yang diolah adalah dua variable atau lebih yang misalnya analisis hubungan, pengaruh, perbedaan antar variable atau lebih.

### **3. Analisis multivariate**

Menurut (Sujarweni, 2018:138) analisis multivariate merupakan analisis mode statistic yang memungkinkan kita untuk melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variable secara bersamaan. Dengan menggunakan tekkn analisis ini maka kita dapat menganalisis pengaruh beberapa variable dalam waktu yang bersamaan. Berikut terdapat beberapa macam-macam analisis multivariate yaitu : analisis regresi berganda , analisis diskriminan, analisis factor, one way manova, anova dan lain-lain.

## **3.8 UJI KUALITAS DATA**

### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:267). Data itu dikatakan valid apabila data tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Validitas instrument dapat digolongkan dalam beberapa jenis antara lain :

1. Validias konstruk, yaitu validitas yang mengacu pada konsistensi dari semua komponen kerangkap konsep.
2. Validitas isi, yaitu suatu alat untuk pengukur ditentukan oleh sejauh mana alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.
3. Valditas eksternal, yaitu validitas yang diperoleh dengan mengorelasikan alat pengukur baru dengan alat pengukur yang sudah valid.

4. Validitas, yaitu validitas yang menunjukkan dari segi rupanya

### **3.8.2 Uji Realibilitas**

Uji realibilitas merupakan uji yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2012:268). Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid.

### **3.8.3 Uji Deskriptif**

Statistik dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk data tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan atau penyusunan data dalam bentuk nilai maksimal, nilai minimal, nilai rata-rata, nilai standard deviasi.

## **3.9 Uji Asumsi Klasik**

### **3.9.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam uji normalitas ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik *kolmogorof smirnov*.

Kriterianya adalah sebagai berikut :

$\text{Sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal

$\text{Sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolenieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variable independen yang memiliki kemiripan antar variable independen dalam suatu model. Kemiripan antar variable independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk menguji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variable independen terhadap variable dependen.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

### 3.10 UJI PENGARUH

#### 3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh hubungan dari variabel independen, yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan teknik analisa regresi linear berganda dengan menggunakan program *SPSS*. Metode regresi dalam penelitian ini adalah :

**Rumus 4.2** Metode regresi linear

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

$Y$  = Loyalitas pelanggan

$a$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi linier masing-masing variable

$X_1$  = Kuallitas pelayanan

$X_2$  = Harga

$e$  = Standar kesalahan

### 3.11 UJI HIPOTESIS

#### 3.11.1 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah :

$H_0$  : tidak memenuhi kelayakan

$H_a$  : memenuhi kelayakan

Kriteria : Jika  $F_{hitung} > F_{table}$ , maka  $H_0$  ditolak

### 3.11.2 Uji T

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y). Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian sebagai berikut :

Ho: tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Apotek Cahaya Garden di Batam.

Ha: terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Apotek Cahaya Garden di Batam.

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho diterima jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan signifikansi  $t\text{-hitung}$  lebih besar dari 0,05.

Ha diterima jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan signifikansi  $t\text{-hitung}$  lebih-kecil dari 0,05.

### 3.11.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinan sebenarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi variabel dependen(Y). Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen(X) adalah besar terhadap variabel dependen(Y). Sebaliknya jika  $R^2$  semakin kecil, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen(X) adalah kecil terhadap variabel dependen(Y).

Kelemahan dalam penggunaan koefisien determinasi adalah setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  akan meningkat tidak peduli variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$ , pada saat mengevaluasi model regresi mana yang terbaik.

