

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Kegiatan

Penelitian ini dilakukan pada kurang lebih 3 bulan yaitu April 2019 – Juli 2019. Pengambilan data penelitian ini dilaksanakan di Apotek Kimia Farma Babat, yang berlokasi di Jalan Raya Babat No.256 Desa Banaran Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menganalisis perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat.

3.3 Sumber Data

Sumber data diambil dari konsumen yang datang di Apotek Kimia Farma Babat. Responden yang dipilih merupakan konsumen yang datang di Apotek Kimia Farma Babat.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh responden. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan data mengenai konsumen, untuk mengetahui faktor-faktor manakah yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat.

1. Identifikasi Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan subyek di suatu wilayah yang menjadi masalah penelitian/objek penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 2100 konsumen didapat dari rata-rata kunjungan konsumen Apotek Kimia Farma Babat dalam satu bulan.

2. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian objek dari populasi yang mewakili dan dapat diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah rata-

rata kunjungan konsumen di Apotek Kimia Farma Babat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel karena populasi sudah diketahui, sehingga digunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

e = persentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditoleransi (e = 0,1)

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

Perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{2100}{1 + 2100(0.1)^2} = 95$$

Jadi, besar sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden.

3. Kriteria Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *accidental sampling*, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila konsumen yang datang cocok dengan sumber data.

Kriteria Inklusi :

- a. Konsumen yang membeli obat di Apotek.

Kriteria Eksklusi :

- a. Konsumen yang tidak membeli obat di Apotek.
- b. Konsumen yang membeli obat di Apotek, tetapi menolak diberikan kuesioner.

Sampel yang dipilih yaitu:

- a. Semua gender.
- b. Konsumen dengan usia dewasa lebih dari 17 tahun.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Sukamto dalam Maharani, 2018).

Dalam penelitian ini pembuatan kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang terjadi (Matagiwa dalam Maharani, 2010). Menurut Likert dalam Maharani (2018), skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan. Tingkat kepentingan responden dalam skala likert terhadap satu pertanyaan dalam kuesioner yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat tidak puas (Nilai 1)
- b. Tidak puas (Nilai 2)
- c. Kurang puas (Nilai 3)
- d. Puas (Nilai 4)
- e. Sangat Puas (Nilai 5)

3.5 Objek Pengamatan

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perilaku konsumen dalam pembelian obat di Apotek Kimia Farma Babat. Dalam pembuatan kuesioner peneliti menggunakan empat variabel yaitu:

1. Faktor kultural
2. Faktor sosial
3. Faktor pribadi
4. Faktor psikologis

3.6 Metode Pengujian Instrumen

1. Pengukuran Validitas

Validitas adalah uji tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan instrumen tersebut. Tujuan pengukuran validitas adalah untuk mengetahui seberapa suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Dan dalam penelitian ini ingin mengetahui data yang valid atau tidak valid diuji dengan menggunakan bantuan program *SPSS for windows versi 24*.

2. Pengukuran Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengukuran reliabilitas merupakan tingkat kestabilan dan keandalan alat ukur dalam mengukur data. Tujuan pengukuran realibilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali, pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang sedang diukur dengan jenis pengukuran yang dipakai. Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsistensi interitem atau untuk menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Ketidakkonsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurangpahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan. Skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan rentang yang sama dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.1 Pengelompokan Reliabilitas (Sugiyono dalam Febriani, 2018)

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang reliabel
0,20 s.d 0,40	Agak reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup reliabel
>0,60 s.d 0,80	Reliabel
0,80 s.d 1,00	Sangat reliabel

3.7 Analisis Data

Analisis data ini juga digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen berdasarkan masing-masing faktor yaitu faktor kultural, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Adapun skor penilaian akhir ditentukan dengan rumus interval atau rentang skala rata-rata penilaian responden.

Untuk mengetahui rata-rata nilai pada kuesioner dengan skala likert, dapat menggunakan Microsoft excel 2007. Adapun rumus rata-rata tersebut adalah sebagai berikut:

Rata-rata nilai 1 pertanyaan = (skor 1 x jumlah responden yang menjawab skor 1)+ (skor 2 x jumlah responden yang menjawab skor 2) + (skor 3 x jumlah responden yang menjawab skor 3) + (skor 4 x jumlah responden yang menjawab skor 4) + (skor 5 x jumlah responden yang menjawab skor 5) dibagi jumlah semua responden.

Contoh :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata pertanyaan 1} &= \frac{(1 \times 4) + (2 \times 3) + (3 \times 5) + (4 \times 6) + (5 \times 2)}{20} \\ &= \frac{4 + 6 + 15 + 24 + 10}{20} \\ &= \frac{59}{20} \\ &= 2,95 \end{aligned}$$

Dalam menentukan interval penilaian konsumen digunakan rumus seperti Menurut (Sianturi dalam Puspa, 2018), untuk mengetahui indeks kepuasan maka

dibutuhkan interval atau rentang skala yang menunjukkan kepuasan konsumen begitu juga untuk menunjukkan kepuasan konsumen. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Banyak kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Setelah rata-rata penilaian responden terhadap faktor-faktor yang diukur diketahui, maka dibuat rentang skala sebagai berikut:

- $0,8 - 1,69 =$ Sangat Tidak Setuju
- $1,7 - 2,59 =$ Tidak Setuju
- $2,6 - 3,29 =$ Kurang Setuju
- $3,3 - 4,19 =$ Setuju
- $4,2 - 5 =$ Sangat Setuju (Sianturi dalam Puspa, 2018).