

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016;35) penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi maupun sampel tertentu, filsafat positivisme memandang fenomena/ gejala/ realitas itu dapat diklasifikasikan, teramati, konkrit, teratur, dan hubungan gejala sebab akibat.

Metode penelitian kuantitatif menggunakan filsafat positivisme membahas mengenai hal-hal yang ditemui dilapangan, sebelum melakukan penelitian permasalahan yang akan diteliti dikelompokkan terlebih dahulu, sehingga dalam proses selanjutnya peneliti melakukan riset dengan menampilkan alur yang tepat. Jenis penelitian menggunakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016;142) asosiatif merupakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

### **3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di *SAM Skin Klinik*, klinik spesialis kulit dan kelamin yang berlokasi di Jl. Magetan No. 22 GKB Gresik.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016;148) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang pernah melakukan pembelian produk maupun menggunakan jasa SAM *Skin Clinic* pada bulan September 2019 dengan jumlah sebesar 147 pasien.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016;149) sampel merupakan bagian dari populasi. Apabila sebuah populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan untuk memahami semua yang ada pada populasi, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi yang ada. Teknik sampel yang digunakan yakni *nonprobability sampling*, dimana teknik ini dalam pengambilan sampel tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi Sugiyono (2016;154) . Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, *purposive sampling* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2016;156). Adapun kriteria dalam menentukan sampel pada penelitian ini yakni, pasien SAM *Skin Clinic* yang melakukan pembelian maupun menggunakan jasa secara berulang.

Sampel diambil dari populasi dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Penentuan responden menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh anggota populasi

e = Tingkat kesalahan dalam sampling yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling adalah 5%)

Populasi yang terdapat dalam penelitian berjumlah 147 pasien dari jumlah pasien pada bulan September 2019 dan yang ditetapkan tingkat signifikansi 5% atau 0,5, maka besar sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{147}{1+147 \cdot 0,05^2}$$

$$n = \frac{147}{1,3675}$$

$$n = 107,49$$

jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 108 pasien.

### **3.4 Jenis Dan Sumber Data**

Pengumpulan data menggunakan sumber data primer. Sumber data primer menurut Sugiyono (2017;223) didefinisikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan yaitu berupa jawaban responden.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data berupa kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, menurut Sugiyono (2016;230) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa pertanyaan/ Pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos, atau internet.

### **3.6 Identifikasi Variabel**

Menurut Mustafa (2013;40) definisi operasional bertujuan untuk menggambarkan bagaimana suatu variabel akan diukur.

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen Sugiyono (2016;96). Variabel independen dalam penelitian ini :
  - a. Citra Merek (X1)
  - b. Kualitas Pelayanan (X2)
  - c. Nilai Pelanggan (X3)
2. Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2016;97) pada penelitian ini diketahui variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y)

### **3.7 Definisi Operasional**

#### **3.7.1 Variabel Independen (X)**

1. Citra Merek (X1)

Merupakan penilaian responden terhadap citra suatu merek klinik spesialis kulit dengan tujuan meningkatkan citra merek dan meningkatkan ingatan terhadap suatu merek pada SAM *Skin Clinic*. Menurut biro riset ([www.benchmarkresearch.co.uk](http://www.benchmarkresearch.co.uk)) dalam buku Ferrinadewi (2008;167) terdapat tiga konsep penting citra merek yaitu :

- a. Asosiasi merek (*Brand association*)
- b. Nilai merek (*Brand value*)
- c. Positioning merek (*Brand positioning*)

## 2. Kualitas Pelayanan (X2)

Merupakan suatu penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang ada di SAM *Skin Clinic* yang meliputi kinerja karyawan dan layanan yang diberikan. Menurut Parasuraman dkk (1998) dalam buku Lupiyoadi (2016;234) mengidentifikasi lima kualitas layanan yang digunakan oleh seorang pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan antara lain :

- a. Bukti fisik (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Empati (*emphaty*)

## 3. Nilai Pelanggan (X3)

Merupakan suatu penilaian responden terhadap nilai pelanggan yang meliputi manfaat yang dirasakan dan biaya yang dikeluarkan oleh pasien. Menurut Wang, Po Lo, Chi, dan Yang (2004) dalam jurnal Fitriani & Subagja (2017), nilai pelanggan terdiri dari tiga indikator yaitu :

- a. Nilai pengorbanan
- b. Nilai emosional
- c. Nilai fungsional

### 3.7.2 Variabel Dependen (Y)

#### 1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Merupakan suatu penilaian responden terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan dan produk yang dirasakan oleh SAM *Skin Clinic*. Menurut Kotler &

Keller (2012;140) diketahui terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan yang terdiri dari :

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Minat untuk merekomendasikan

### 3.8 Pengukuran Sumber Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan data dan pertanyaan (kuesioner). Berdasarkan jawaban dari responden maka akan diperoleh data-data mengenai pengaruh variabel bebas yang terdiri dari, Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pasien SAM *Skin Clinic*. Skala pengukuran menggunakan *Skala Likert* yang mana digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial Sugiyono (2016;166-168).

**Tabel 3.1**  
Penilaian Responden

<i>Score</i>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Penjelasan tabel :

- |    |     |                       |             |   |
|----|-----|-----------------------|-------------|---|
| 1. | STS | = Sangat Tidak Setuju | diberi skor | 1 |
| 2. | TS  | = Tidak Setuju        | diberi skor | 2 |
| 3. | KS  | = Kurang Setuju       | diberi skor | 3 |
| 4. | S   | = Setuju              | diberi skor | 4 |
| 5. | SS  | = Sangat Setuju       | diberi skor | 5 |

### 3.9 Teknik Analisis

#### 3.9.1 Uji Instrumen

Sebelum digunakan dalam analisis selanjutnya, instrumen dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut menggunakan SPSS (*Social Product of Social Science*).

##### 3.9.1.1 Uji Validitas

Ghozali (2012;52) Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner. Menurut Ghozali (2013;53) dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan menggunakan bantuan SPSS, yang mana membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.  $R$  tabel diperoleh dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* ( $df$ ) menggunakan rumus berikut

:

$$df = n - 2$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$2$  = *two tail test*

##### 3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018;45) uji reliabilitas atau uji kehandalan adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, kita perlu menilai seberapa jauh “*goodness*” pengukur yang dikembangkan. Jadi kita perlu memastikan bahwa instrumen yang akan mengukur variabel apa yang hendak kita ukur dan mengukurnya secara akurat.

Menurut Sugiyono (2015;172) reliabilitas adalah apabila terdapat kesamaan instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dalam waktu yang berbeda akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan bantuan program SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  (Ghozali,2018;46).

### **3.9.2 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum menganalisis data dengan menggunakan analisis linear berganda sebagai alat ukur untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari :

#### **3.9.2.1 Uji Normalitas**

Ghazali (2018;161) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

Pengujian dalam penelitian ini dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) :

1. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.
2. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal.

### **3.9.2.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2013;105) uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel satu dengan yang lain. Untuk mengetahuinya dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF.

- Jika *tolerance*  $> 10\%$  dan VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikoleniaritas
- Jika *tolerance*  $< 10\%$  dan VIF  $> 10$  maka terjadi multikoleniaritas

### **3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Ghazali (2016;137) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, model regresi yang baik adalah residual bersifat konstan atau sama untuk berbagai pengamatan.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik, statistik yang digunakan peneliti adalah uji Glejser, dasar pengambilan uji heteroskedastisitas adalah melalui uji Glejser, sebagai berikut:

1. Apabila sig. 2-tailed  $< \alpha = 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila sig. 2-tailed  $> \alpha = 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda menunjukkan hubungan variabel independen yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Citra Merek

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Nilai Pelanggan

e = Standar Error

### 3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi R<sup>2</sup> mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen terhadap independen. Nilai R<sup>2</sup> memiliki interval antara 0 sampai dengan 1, artinya variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat 100% dan model pendekatan yang digunakan tepat. Bila R<sup>2</sup> = 0, artinya menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mampu menjelaskan variabel terikat.

### 3.9.5 Uji Hipotesis

Uji t digunakan peneliti untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ( $\alpha=0,05$ ). Hipotesis dalam Uji t yaitu :

H<sub>0</sub> : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

H<sub>1</sub> : Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Adapun kriteria pengambilan keputusan pada Uji t yaitu dengan melihat nilai signifikansi dari hasil output SPSS.

1. Dilihat dari koefisien regresi ( $\beta$ ), dengan kriteria seperti berikut :

$\beta = 0$ , maka tidak ada pengaruh antar variabel X terhadap variabel Y

$\beta \neq 0$ , maka ada pengaruh variabel antara variabel X terhadap variabel Y

2. Dilihat dari nilai signifikansi, dengan kriteria seperti berikut:

- a. Jika nilai Signifikansi < 0,05 Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, yang artinya variabel Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan SAM *Skin Clinic* (Y)
- b. Jika nilai Signifikansi > 0,05 Maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, yang artinya variabel Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan SAM *Skin Clinic* (Y)