

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk mendapatkan hasil data yang diperoleh dengan tujuan mengetahui jawaban dari pertanyaan-pertanyaan atau gejala-gejala yang diteliti. Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Metode penelitian yang akan digunakan adalah penelitian yang bersifat *deskriptif* dan *verifikatif*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang lain. Sedangkan penelitian *verifikatif* adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, penelitian *deskriptif* digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen Apotek Mida Farma Gresik mengenai pelayanan, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Apotek Mida Farma Gresik. Sedangkan penelitian *verifikatif* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (pelayanan, kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel intervening (keputusan pembelian) (Sugiyono, 2013).

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Kegiatan pengambilan data dilaksanakan selama satu bulan pada bulan september tahun 2018 di Apotek Mida Farma Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pada penelitian ini yang digunakan sebagai populasi yaitu Seluruh pelanggan yang datang di apotek Mida Farma Gresik pada bulan september 2018.

3.3.2 Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang datang di Apotek Mida Farma Gresik yang menginginkan pelayanan pada bulan september 2018.

Pada penelitian ini ukuran besar sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut (Notoatmodjo dalam Rachmawati, 2011).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{100}{1 + (100 \times 0,1^2)}$$
$$n = 50$$

Keterangan:

n = Besar Sampel

N = Besar Populasi

d = Tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan (0,1)

Sehingga besar sampel penelitian ini adalah 50.

3.3.3 Kriteria Inklusi dan Eklusi

Kriteria inklusi merupakan kriteria dimana subjek penelitian dapat mewakili sampel penelitian yang memenuhi syarat sebagai sampel. Adapun kriteria inklusi yaitu:

1. Pelanggan yang datang ke apotek yang mendapatkan pelayanan dengan resep maupun non resep.

2. Bersedia menjadi responden
3. Bisa membaca dan menulis
4. Dalam keadaan sehat dan tidak mengalami gangguan jiwa

Kriteria eksklusi merupakan kriteria dimana subjek penelitian tidak dapat mewakili sampel karena tidak memenuhi syarat sebagai sampel peneliti. Adapun kriterianya yaitu:

1. Pelanggan yang tidak datang ke apotek dan tidak mendapat pelayanan.
2. Tidak bersedia menjadi responden
3. Tidak bisa membaca dan menulis
4. Tidak dalam keadaan sehat dan mengalami gangguan jiwa

3.3.4 Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelayanan di Apotek Mida Farma Gresik yang diambil dari kuesioner yang dibagikan. Pengumpulan data penelitian meliputi langkah-langkah mulai dari Pembuatan kuesioner, Pembagian kuesioner, dan yang terakhir Analisa data statistika sebagai hasil akhir penelitian.

1. Rincian Kuesioner

Pada kuesioner terdapat beberapa item data dan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Beberapa item data yang harus diisi oleh responden diantaranya terdiri atas data dari nama, alamat, umur, jenis kelamin yang mendapatkan pelayanan di Apotek Mida Farma Gresik.

2. Rincian Pengisian dan Daftar Pertanyaan Kuesioner.

Di dalam kuesioner terdapat beberapa pertanyaan yang masing-masing dikelompokkan berdasarkan kepuasan pelanggan yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty*, *Tangible*. Dari masing-masing dimensi tersebut terdapat poin-poin pertanyaan yang diisi dengan cara memberi tanda pada kolom skala penilaian.

Analisa score dalam penelitian menggunakan metode skala likert yang dapat dibuat dalam bentuk *check list* ataupun pilihan ganda. Sedangkan didalam penulisan ini sendiri menggunakan metode *check list*.

Menurut *J. Supranto*, penggolongan kategori tiap indikator dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara mengalihkan besar bobot (nilai) pada kategori tertentu yang telah ditetapkan dengan jumlah responden yang menjawab masing-masing kategori tersebut. Berdasarkan dengan 50 responden, maka dapat ditentukan bobot penilaian dengan menggunakan jarak yang dapat dihitung melalui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

1. Jumlah Kelas = 4
2. Nilai Maksimal = 4
3. Nilai Minimal = 1
4. Jarak Interval =
$$\frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Jumlah Kelas}}$$
$$= \frac{4 - 1}{4}$$
$$= 0,75$$

Tabel 3.1 Penilaian dan Kelas Interval

No.	Kategori	Interval		
1.	Tidak Puas (TP)	1,00	-	1,75
2.	Cukup Puas (CP)	1,75	-	2,50
3.	Puas (P)	2,50	-	3,25
4.	Sangat Puas (SP)	3,25	-	4,00

Sumber : (Notoatmodjo dalam Rachmawati, 2011). dan Hasil Analisa, 2018.

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, telah didapatkan nilai bobot jarak antara kelas interval untuk penentuan kategori, yaitu :

1. Jika nilai interval 1,00 – 1,75 maka masuk kategori Tidak Puas(TP)
2. Jika nilai interval 1,75 – 2,50 maka masuk kategori Cukup Puas(CP)
3. Jika nilai interval 2,50 – 3,25 maka masuk kategori Puas (P)
4. Jika nilai interval 3,25 – 4,00 maka masuk kategori Sangat Puas(SP)

Sedangkan untuk nilai skoring jawaban dari pelanggan adalah sebagai berikut (*J. Supranto*, 2002) :

1. Jika jawaban pelanggan Tidak Puas (TP), maka bernilai 1
2. Jika jawaban pelanggan Cukup Puas (CP), maka bernilai 2
3. Jika jawaban pelanggan Puas (P), maka bernilai 3, dan
4. Jika jawaban pelanggan Sangat Puas (SP), maka bernilai 4

