

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis hasil penelitian yang telah ada. Melalui penelitian ini dapat diketahui hubungan antara dua variable atau lebih baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai tempat penelitian adalah Apotek Kimia Farma Yogyakarta.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Sekaran (2003:265) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Apotek Kimia Farma Yogyakarta.

##### **2. Sampel**

Sekaran (2003:266) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi dan terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran, 2003:276).

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, yaitu teknik dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tersebut berada di lokasi atau peneliti mengenal orang tersebut (Sekaran, 2003:276).

Pada penelitian ini, besarnya populasi tidak dapat ditentukan. Karena besarnya populasi tidak diketahui, maka teknik untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan formula Lemeshow (Lemeshow S, Hosmer D, Klar J. Lwanga S, 1990:2), yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{D^2}$$

Dimana :

n : Jumlah Sampel

Z : derajat kepercayaan, nilai idealnya 90% = 1,645 (t Table)  
dan 95% = 1,96 (t Table)

P : proporsi konsumen kimia farma, nilai idealnya = 0,5

D : deviasi, nilai idealnya = 10% dan 5%

Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa tingkat ketelitian responden sebesar 95% dengan prosentase tingkat kesalahan (e) sebesar 5%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Dari perhitungan jumlah sampel tersebut diperoleh hasil sebesar 384,16 orang dibulatkan menjadi 400 orang.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dilihat dari segi cara memperolehnya, maka penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari subyek dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain, tidak langsung didapat dari obyek penelitian, melainkan didapat dari majalah, buku, brosur, dan lain – lain yang relevan dan dapat dijadikan acuan dalam penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. *Questioner*

yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan yang secara sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan dan diedarkan kepada responden untuk dijawab.

2. Dokumentasi

yaitu barang – barang tertulis yang digunakan peneliti dalam penelitian seperti buku – buku, majalah, brosur, dan sebagainya.

## **F. Variabel Penelitian**

1. Variabel *Independen* (X) *Service Quality* (X<sub>1</sub>)
2. Variabel Antara yaitu *Customer Satisfaction* (Y<sub>1</sub>)
3. Variabel *Dependen* yaitu *Word of Mouth* (Y<sub>2</sub>)

## **G. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan sebuah konsep untuk membuat penelitian menjadi terukur dengan melihat dimensi – dimensi perilaku atau properti yang dilambangkan dengan konsep. Definisi operasional ini kemudian diterjemahkan ke variabel – variabel yang dapat diamati dan terukur (Sekaran, 2003:176).

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. *Service Quality* (X<sub>1</sub>) adalah skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas baik yang dapat digunakan oleh pengecer

untuk memahami lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersepsikan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan. *Service Quality* disini adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh Apotek Kimia Farma Yogyakarta. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap pelayanan jasa yang bersifat intangible, menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2013:23) bahwa konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*:

- a) *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personal.
  - b) *Reliability*, meliputi kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
  - c) *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
  - d) *Assurance*, berhubungan dengan pengetahuan dan rasa hormat dari karyawan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan rasa percaya diri.
  - e) *Empathy*, faktor ini menekankan perhatian karyawan dan perhatian perusahaan untuk menyediakan kebutuhan pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) menurut Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000;104) menyebutkan bahwa kepuasan sebagai evaluasi pelanggan terhadap barang atau jasa dalam hubungannya dengan apakah barang atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya.

Kepuasan dapat juga diasosiasikan dengan perasaan senang (*pleasure*) terhadap jasa. Selanjutnya beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan adalah:

a) Rasa Senang

Rasa senang menunjukkan sejauh mana para konsumen tersebut merasa senang dengan pengalaman berbelanja di Apotek Kimia Farma.

b) Kepuasan Terhadap Pelayanan

Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Apotek Kimia Farma.

c) Kepuasan Terhadap Sistem

Kepuasan terhadap sistem menunjukkan sejauh mana kecepatan dan kemudahan sistem pelayanan yang disediakan oleh Apotek Kimia Farma memberikan kepuasan kepada konsumennya.

d) Kepuasan Finansial

Kepuasan Finansial adalah kepuasan secara finansial terhadap biaya – biaya yang dikeluarkan selama berbelanja di Apotek Kimia Farma.

3. *Word of Mouth* ( $Y_2$ ) adalah komunikasi tentang produk dan jasa antara orang-orang yang dianggap independen oleh perusahaan penyedia produk atau layanan (Raluca,2014:38). Melalui dunia digital, segala sesuatu bisa terjadi saat ini, konsumen memiliki kekuatan baru: mereka langsung dapat mengekspresikan pendapat

mereka, memberikan umpan balik, menghargai atau menyaksikan suatu merek. Ada 5 prinsip operasional WOM, yaitu :

- a) Tidak semua jaringan sosial sama dan tidak semua individu memberikan pengaruh yang sama pada jaringan sosial.
- b) WOM terjadi pada konteks, situasi dan kesempatan tertentu.
- c) Orang membuat keputusan berdasarkan interaksi yang kompleks antara preferensi kognitif dan manfaat emosional.
- d) Lingkungan konsumen di mana WOM berlangsung terus berubah.
- e) Difusi dan dampak pesan dalam jaringan sosial bervariasi berdasarkan polaritas pesan yang dikomunikasikan.

## **H. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono, 2005:86):

Sangat Setuju	diberi Skor 5
Setuju	diberi Skor 4
Ragu-ragu	diberi Skor 3
Tidak Setuju	diberi Skor 2

Sangat Tidak Setuju diberi Skor 1

Adapun alternatif jawaban skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sangat Setuju (SS)	diberi Skor 6
Setuju (S)	diberi Skor 5
Agak Setuju (AS)	diberi Skor 4
Agak Tidak Setuju (ATS)	diberi Skor 3
Tidak Setuju (TS)	diberi Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi Skor 1

## I. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya. Semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya (Wijaya, 2013:17). Alat pengukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment*. Adapun rumus yang digunakan adalah (Bawono, 2006:68).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy - (\sum x)(\sum y))}{\sqrt{\{[n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]\}}$$

Dimana:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi setiap pertanyaan/item
- $n$  = Jumlah sampel/responden
- $x$  = Skor total dari semua item

$y$  = Skor total dari setiap item

dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka kuesioner sebagai alat ukur dikatakan valid (Bawono, 2006:69).

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution AMOS (SPSS AMOS) for Windows* versi 22.0.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama. Semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Ukuran reliabilitas biasanya menggunakan koefisien Alpha atau metode *Cronbach Alpa* (Wijaya, 2013:17-18).

Adapun rumusnya (Bawono, 2006:64) adalah :

$$r = \frac{M}{M - 1} \left\{ 1 - \frac{V_x}{V_t} \right\}$$

Dimana :

$M$  = Jumlah item

$V_x$  = Varian item-item

$V_t$  = Varian total (faktor)

Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka alat pengukur yaitu kuesioner dikatakan reliabel atau andal (Bawono, 2006:64).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service*

*Solution AMOS (SPSS AMOS) for Windows* versi 22.0. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Bawono, 2006:68).

## J. Metode Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan sekaligus untuk mencapai tujuan penelitian yang sudah tercantum diawal.

Terdapat 2 macam metode analisis data, yaitu :

### 1. Analisis Deskriptif

#### a) Verifikasi Data

Verifikasi data yaitu dengan memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

#### b) Menghitung Nilai Jawaban

Menghitung nilai rata – rata jawaban responden dengan menggunakan rumus :

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

X = Mean (rata - rata)

$\sum X_i$  = Jumlah Harga Seluruh Data

n = Jumlah data

Memprosentasekan dari setiap variabel bertujuan untuk mengetahui kecenderungan umum jawaban responden

terhadap variabel. Angka prosentase variabel ini dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$AP = \frac{X_i}{Ait} \times 100\%$$

AP = Angka Prosentase yang dicari

Xi = Skor rata – rata (mean) setiap variabel

Ait = Skor ideal setiap variabel

Kemudian nilai prosentase dimasukkan ke dalam kriteria sebagai berikut:

- |                |              |
|----------------|--------------|
| i. 0% - 20%    | Sangat Lemah |
| ii. 21% - 40%  | Lemah        |
| iii. 41% - 60% | Cukup        |
| iv. 61% - 80%  | Kuat         |
| v. 81% - 100%  | Sangat Kuat  |

## 2. Analisis Kuantitatif

Dalam analisis data kuantitatif ini, data yang ada akan diuji dengan memakai alat uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Wijaya, 2013:62). Adapun persamaan regresinya sebagai berikut (Wijaya, 2013:57) :

$$Y_1 = a + b_1X_1$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + Y_1$$

Keterangan :

$Y_2$  = Variabel terikat (*dependen*)

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel bebas

$X_1$  = Variabel bebas (*independen*)

$Y_1$  = Variabel Antara

Dimana:

$X_1$  = *Service Quality*

$Y_1$  = *Customer Satisfaction*

$Y_2$  = *Customer Loyalty*

$Y_3$  = *Word of Mouth*

Penarikan simpulan dilakukan dengan dua cara yaitu secara parsial, dengan melihat tingkat signifikansi masing-masing variabel independen dan besarnya pengaruh dilihat dari koefisien regresi masing-masing variabel independen. Sedangkan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama (serentak) maka dilakukan analisis secara simultan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Wijaya, 2013:127).

## **K. Uji Hipotesis**

### **1. Uji-T (Uji Parsial)**

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau

sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji-t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Bawono, 2006:89). Langkah-langkah pengujiannya adalah :

a) Menentukan hipotesis

Ho : Artinya secara parsial variabel *independen* (X) tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen* (Y).

Ha : Artinya secara parsial variabel *independen* (X) berpengaruh terhadap variabel *dependen* (Y).

b) Menentukan t-tabel

Untuk menentukan t-tabel dengan menggunakan tingkat  $\alpha=5\%$  dan derajat kebebasan (dk) =  $n-2$ . Dimana  $n$  = Jumlah data (Sugiyono, 2005:184).

c) Rumus untuk mencari t-hitung

Mencari r-hitung dengan cara:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Setelah mendapatkan r-hitung berikutnya dapat mencari t-hitung, dengan cara:

$$t\text{-hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Bawono, 2006:90).

d) Pengambilan keputusan

Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Jika  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Bawono, 2006:90).

2. Uji-F (Uji Simultan atau Uji Menyeluruh)

Uji-F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel  $X_{1,2,3}$  (*independen*) dan variabel antara  $Y_1$  secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel  $Y_2$  (*dependen*). Langkah pengujiannya adalah (Bawono, 2006:91) :

a) Menentukan hipotesis

$H_0$ : Artinya variabel *independen* ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen* ( $Y_2$ ).

$H_a$  : Artinya variabel *independen* ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependen* ( $Y_2$ ).

b) Menentukan F-tabel

Untuk memperoleh F-tabel digunakan taraf signifikansi  $\alpha=5\%$  dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-k-1$ .  $k$  = jumlah variabel *independen* (Sugiyono, 2006:191).

c) Rumus untuk mencari F-hitung

$$\text{F-hitung} = \frac{R^2 / (K-1)}{(1-R^2) / (n-K)}$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

K = Banyaknya variabel independen

n = Jumlah sampel yang diteliti

d) Pengambilan keputusan

Jika F-hitung < F-tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ).

Jika F-hitung  $\geq$  F-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ).

#### L. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dependen ( $Y_2$ ) dengan variabel independen ( $X_{1,2,3}$ ), dan variabel antara ( $Y_1$ ) atau sejauh mana kontribusi variabel independen ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) mempengaruhi variabel dependen ( $Y_2$ ) (Bawono, 2006:92).

Menurut Gujarati (dalam Bawono, 2006:92) Analisis Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase (%) pengaruh keseluruhan variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian dilakukan dengan dengan melihat  $R^2$  pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen (Y). Nilai  $R^2$  dapat dicari dengan rumus:

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT}$$

$$R^2 = \frac{n(\beta_0 \sum Y + \beta_1 \sum X_1 Y + \beta_2 \sum X_2 Y + \beta_3 \sum X_3 Y + \beta \sum Y^2) - (\sum Y)^2}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Dimana:

R = Besarnya koefisien determinasi sampel

JKT = Jumlah kuadrat total

JKR = Jumlah kuadrat regresi

n = Jumlah data pada sampel yang digunakan

$\beta_0$  = Intersep sumbu Y dengan arah garis regresi (konstanta)

$Y_1$  = Nilai variabel antara

$Y_2$  = Nilai variabel *dependen*

$X_{1,2,3}$  = Nilai variabel *independen*

$\beta_{1,2,3}$  = Nilai taksiran koefisien variabel independen pada garis regresi.