

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan dengan permasalahan dan tujuan dilakukannya penelitian ini maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena (Sugiyono, 2010). Penelitian deskriptif pada umumnya digunakan untuk penelitian yang mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Dalam hal ini deskriptif yang dilakukan penulis adalah mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen di Apotek Farmasi 89.

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### 1. Tempat Penelitian

Di Apotek Farmasi 89 tepatnya berlokasi pada Jl. Purnawirawan Raya No.18, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung,

#### 2. Waktu

Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2024 sampai dengan bulan Juni 2024.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada ada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2015)(Sugiyono. 2015). Dalam penelitian ini penulis menggunakan seluruh konsumen yang pernah datang ke Apotek Farmasi 89 di Jl. Purnawirawan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2015)(Sugiyono. 2015).

Adapun sampel pada penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik sampel *random sampling* yaitu teknik yang paling sederhana. Sempel yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai objek. Hasil ini diperoleh melalui perhitungan rumus Isaac Michael dengan berikut :

$$n = Z^2 / 4 (Moe)^2$$

Keterangan :

n jumlah sampel dari populasi yang ingin diperoleh

Z tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe *margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan yang maksimal

Bila tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ), artinya peneliti meyakini kesalahan sampel hanya sebesar 5%, serta batas error maksimal sebesar 10% yang berarti mentolerir kesalahan responden dalam proses penelitian tidak boleh melebihi 10% dari keseluruhan responden, maka besarnya sampel adalah :

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

$$n = 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

##### 1. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada Apotek Farmasi 89 dengan tujuan mengumpulkan data-data yang diperlukan.

##### 2. Wawancara (*Interview*)

Yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung dengan pihak konsumen pada Apotek Farmasi 89

### 3. Angket atau Kuesioner

Yaitu pengumpulan data penelitian yang dilakukan melalui daftar pernyataan yang disusun sebelumnya. Digunakan untuk mengumpulkan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan data analisis mengenai kepuasan konsumen Apotek Farmasi

89

Desain skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert* (1,2,3,4,5). Dalam *Skala Likert*, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan lima jawaban.

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Skala Likert**

No.	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)*

### 4. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2017)(Prof.Dr Sugiyono 2017) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah ada. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, dari perusahaan atau seseorang.

## E. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017)(Prof.Dr Sugiyono 2017) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang diamati. Alat tes yang akan digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah soal tes berupa soal pilihan ganda kepada sampel untuk dikerjakan secara individu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengetahui tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan obat tanpa resep di Apotek Farmasi 89 dengan jawaban menggunakan *Skala Likert*.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarkan pada responden. Instrumen yang dibuat sebelumnya disebarkan pada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevaliditannya dan kereliabelannya agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar – benar mampu menganut data sehingga mampu menjawab permasalahan sehingga tujuan peneliti tercapai.

**Tabel 3.2**  
**Tabel Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi Operasioal	Indikator
Kepuasan	Kepuasan Konsumen Tentang Kualitas Produk <i>Smartphone Sharp Aquos V6</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i> (Kecepatan kinerja ponsel dalam artian prosesor yang digunakan )</li> <li>2. <i>Durability</i> (Daya tahan, seberapa lama dalam artian kualitas baterai ponsel)</li> <li>3. <i>Conformance to specifications</i> (pemenuhan spesifikasi atau standar yang telah di tetapkan)</li> <li>4. <i>Features</i> (Fitur tambahan lain yang menjadi keunggulan)</li> <li>5. <i>Aesthetics</i> (Desain produk, warna dan bentuk)</li> <li>6. <i>Perceived Quality</i> (Kualitas Yang Dirasakan)</li> </ol>

*Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)*

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut (Rambat Lupiyoadi, 2015)(Lupiyoadi 2015), validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item - item dalam kuisisioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang diteliti.

Maka uji validitas yang dilakukan untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen yang digunakan dalam mengukur konsep yang seharusnya yaitu :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  adalah koefesien korelasi

x adalah skor item

y adalah skor total

N adalah banyaknya subjek

Ketentuan uji validitas :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket tersebut valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket tersebut tidak valid.

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 24.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan kembali kepada subjek yang sama ((Azwar 2008). Pada penelitian ini digunakan teknik perhitungan reliabilitas koefisien *Alpha Cronbach*, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya (Azwar 2008). Jadi dengan menggunakan teknik ini akan memberikan hasil yang lebih cermat karena dapat mendeteksi hasil yang sebenarnya. Apabila hasil kuesioner alpha lebih dari 50% atau 0,5 maka kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya bila kurang dari 50% atau 0,5 kuesioner tersebut tidak reliabel (Ferdinand 2006). Selanjutnya hasil uji reliabilitas ditemukan bahwa koefisien *Alpha Cronbach* lebih dari 0,5. Dengan demikian, kuesioner memenuhi syarat reliabilitasalat ukur.

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan sikap yang dirasakan terhadap kinerja aktual yang diberikan perusahaan, baik dari segi produk maupun pelayanan (Rambat Lupiyoadi, 2015)(Lupiyoadi 2015). Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

- Tki      Tingkat kesesuaian responden
- Xi        Skor penilaian kinerja (*performance*) perusahaan
- Yi        Skor penilaian kepentingan (*importance*) pelanggan.

Setelah tingkat kesesuaian ini diperoleh selanjutnya menentukan urutan prioritas faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menentukan skor total tingkat kepentingan (*importance*) dan skor total tingkat kinerja (*performance*) dengan menentukan skor rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) serta skor rata-rata keseluruhan melalui rumus dibawah ini:

- a. Langkah pertama, menghitung skor rata – rata penilaian *performance* (x) dan skor rata-rata penilaian *importance* (y).

$$x = \sum \frac{xi}{n}$$

Dimana :

X : skala rata-rata tingkat kinerja (*performance*) perusahaan

$X_i$  : Indikator atau variabel-variabel yang memiliki masing masing dimensi

$\sum x_i$  : Jumlah seluruh variabel yang memiliki masing – masing dimensi

N : jumlah responden

$$X_i = \frac{408,36}{100}$$

$$X_i = 4,08$$

Setelah mendapatkan perhitungan hasil rata rata  $x_i$  4,08 maka langkah selanjutnya mencari nilai rata rata dari item kepentingan.

- b. Langkah kedua, dengan mencari skala rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) pelanggan dengan menggunakan rumus

$$y = \sum \frac{y_i}{n}$$

Dimana :

Y : skala rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) pelanggan

$y_i$  : indikator tau variabel – variabel yang mewakili masing masing dimensi

$\sum \frac{y_i}{n}$  : Jumlah seluruh variabel yang memiliki masing masing dimensi

n : Jumlah responden

$$Y_i = \frac{404,63}{100}$$

$$Y_i = 4,04$$

Nilai x dan y dijadikan dasar untuk menentukan posisi responden dalam diagram Kartesius. Posisi responden tersebut dapat diketahui melalui perpotongan antara x dan y. Sementara untuk menentukan absis dan koordinat yang membentuk diagram Kartesius dicari melalui x dan y.

3. Langkah ketiga, untuk mengetahui posisi responden dalam diagram kartesius :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

K : Banyaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

$\bar{X}$  : Rata rata dari skala rata rata tingkat kinerja (*performance*)

$\bar{Y}$  : Rata - rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan (*importance*)

$\sum \bar{X}$  : Jumlah dari skala rata-rata tingkat kinerja (*performance*)

$\sum \bar{Y}$  : Jumlah dari skala rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*)

$$\bar{X} = \frac{1(3,99)}{11}$$

$$= 0,36$$

$$\bar{Y} = \frac{1(4,00)}{11}$$

$$= 0,36$$

Setelah diketahui skor *importance* dan *performance*, lalu dipertahankan kedalam diagram kartesius. Berikut diagram kartesius metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

**Tabel 3.3**  
**Diagram Kartesius Metode IPA**  
*Performance (High)*

Sangat penting dan tidak puas Prioritas Utama (A)	Sangat penting dan sangat puas Pertahankan Prestasi (B)
Kurang penting dan tidak puas Prioritas Rendah (C)	Kurang penting dan sangat puas berlebihan (D)

*Sumber : Lupiyoadi (2015)*

*Importance (High)*

1. *Prioritas Utama (Main Priority)*

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan (*Importance*) pelanggan atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi jika dilihat dari kepuasannya pelanggan merasakan tingkat yang rendah, sehingga pelanggan menuntut adanya perbaikan atribut tersebut. Perusahaan hendaknya melakukan usaha dengan cara perbaikan terus – menerus untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berarti pula bahwa atribut –atribut ini perlu dikelola agar kepuasan pelanggan dapat meningkat.

2. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Posisi ini memuat faktor – faktor yang dianggap sangat penting oleh pelanggan dan faktor-faktor tersebut dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan yang diinginkan, sehingga kepuasannya tinggi, Hal – hal yang termasuk dalam posisi ini harus tetap dipertahankan, karena semua atribut tersebut yang menjadi daya tarik dan unggul di mata pelanggan.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada posisi ini dianggap terdapat faktor-faktor yang mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor –faktor tersebut.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada posisi ini terdapat faktor - faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas tinggi.