

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang mengadopsi pandangan filsafat positivisme. Metode ini menganggap fenomena penelitian dapat dikategorikan, relatif stabil, konkrit, dapat diamati, terukur, dan dikaitkan dengan gejala.

Untuk menguraikan hubungan antara faktor bebas (X), yang terdiri dari tiga variabel yaitu ( $X_1$ ) Kualitas Pelayanan, ( $X_2$ ) Harga, dan ( $X_3$ ) Kepuasan Konsumen, dengan variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Pelanggan, khususnya Keteguhan Klien, berbagai prosedur pemeriksaan relaps digunakan. Hipotesis dapat diuji dengan menggunakan metode analisis ini untuk melihat apakah variabel independen ( $X_2$ ) Kualitas Pelayanan, ( $X_2$ ) Harga, dan ( $X_3$ ) Kepuasan Konsumen terhadap variabel dependen (Y) Loyalitas Pelanggan.

Hubungan antar variabel tersebut akan diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis.

#### 3.2 Objek Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, aspek pertama yang perlu dipertimbangkan adalah identifikasi objek penelitian yang akan diteliti. Penjelasan tentang subjek atau fenomena yang menjadi fokus penelitian, serta penjelasan tentang siapa yang menjadi fokus penelitian, lokasi dan waktu penelitian, serta faktor lain yang relevan disebut sebagai objek penelitian. Objek penelitian juga dapat dianggap sebagai variabel yang diperlakukan oleh peneliti dalam konteks tempat di mana penelitian tersebut dilaksanakan. Tergantung pada konteksnya, objek penelitian dapat mengacu pada berbagai hal. Subjek atau fenomena yang dikaji dalam kajian ilmiah disebut sebagai objek penelitian dalam konteks ilmiah. Individu, kelompok, proses,

konsep, atau fenomena yang menjadi fokus penelitian dapat dianggap sebagai objek penelitian.

Creswell, J. W. (2014) Dalam publikasinya tahun 2014 berjudul "Research Design:" unit analisis yang dipelajari atau dianalisis dalam sebuah penelitian, seperti individu, kelompok, organisasi, atau fenomena sosial," menurut "Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran," adalah obyek penelitian. Objek penelitian merupakan gambaran atau sasaran ilmiah yang akan dijelaskan dalam rangka memperoleh informasi dan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian dan memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam penelitian, objek penelitian menjadi fokus utama untuk dikaji, dianalisis, dan dipahami dengan menggunakan metode ilmiah guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan hasil yang berguna dalam bidang penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan diteliti adalah variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ), serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ), yang akan diteliti pada apotek Pondok Sehat Lumajang.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

##### **a. Data Primer**

Beberapa peneliti, termasuk Paramita et al. Ada perbedaan antara data primer, data tambahan, dan sumber data primer (Sugiono, 2017:193). Data primer adalah jenis informasi yang dikumpulkan secara langsung melalui metode survei lapangan. Sementara itu, informasi tambahan adalah informasi yang tidak secara langsung

memberikan data kepada otoritas informasi. Kegiatan seperti observasi lapangan langsung dan wawancara dengan responden merupakan contoh pengumpulan data primer. Pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang mengisi kuesioner untuk menyediakan data primer untuk penelitian ini. Kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang semuanya diperiksa dalam kuesioner dalam kaitannya dengan kualitas pelanggan.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada jenis data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data atau organisasi lain untuk tujuan tertentu dan kemudian dipublikasikan untuk digunakan oleh masyarakat atau peneliti. Data sekunder biasanya dikumpulkan untuk tujuan yang tidak terkait langsung dengan penelitian tertentu (Danar Pramita et al., 2021) Dalam penelitian ini, topik loyalitas pelanggan yang dinilai berdasarkan faktor-faktor seperti kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan menjadi bahan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain internet, literatur, penelitian sebelumnya, dan jurnal.

### 3.3.2 Sumber Data

#### a. Data Internal

Jenis data yang dikenal sebagai data internal atau data sekunder yang dapat diakses di dalam perusahaan adalah data internal (Paramita, 2021:72). Data internal mencerminkan kondisi organisasi secara keseluruhan maupun aspek-aspek khususnya (Riyanto & Hatmawan, 2020:27). Dalam konteks ini, data internal diperoleh dari konsumen yang memberikan tanggapan melalui kuesioner.

#### b. Data Eksternal

Data sekunder dari berbagai institusi di luar perusahaan atau data eksternal yang berasal dari luar organisasi (Paramita, 2021:27). Dokumen, buku, media online, literatur yang relevan, dan jurnal dijadikan sebagai sumber data sekunder untuk penelitian ini.

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Sudjana (2010) mendefinisikan populasi adalah penjumlahan dari semua nilai, hasil perhitungan baik kuantitatif maupun kualitatif yang menggambarkan ciri-ciri tertentu dari setiap anggota kelompok yang ingin dipelajari secara jelas dan lengkap. Selain itu, Menurut Mulyatiningsih (2011:19), populasi adalah sekumpulan individu, hewan, tumbuhan, atau benda lain yang memiliki ciri khas yang memerlukan penyelidikan. Untuk menggeneralisasi temuan penelitian, populasi ini akan berfungsi sebagai fondasi. Pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang menjadi fokus penelitian ini.

#### 3.4.2 Sampel

Definisi yang dikutip dari Sugiono (2017) menggambarkan sampel sebagai komponen jumlah dan karakteristik populasi. Saat memilih sampel untuk penelitian, berbagai metode pengambilan sampel digunakan untuk memilih sampel. *Non-Probability Sampling* merupakan metode pilihan untuk pengambilan sampel penelitian ini, dengan *Accidental Sampling* dipilih sebagai metodenya. Pengujian Kebetulan adalah teknik pengujian mengingat peristiwa kebetulan, di mana pembeli yang bertemu dengan spesialis secara kebetulan atau kebetulan dapat

digunakan sebagai contoh, karena individu yang ditemui secara kebetulan dipandang masuk akal sebagai sumber informasi (Sugiono, 2013:85).

Dalam *Accidental Sampling*, pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak atau berdasarkan kriteria tertentu, tetapi didasarkan pada kebetulan atau kecocokan individu yang tersedia untuk dijadikan sampel. Metode ini sering digunakan dalam situasi di mana keterbatasan waktu, anggaran, atau aksesibilitas menjadi faktor penentu pemilihan sampel.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Strategi pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Inspeksi *non-probability* adalah teknik *purposive sampling* atau pengujian yang tidak memberikan setiap anggota populasi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu, konsekuensi dari penelitian ini harus diuraikan dengan mempertimbangkan keterwakilan yang terbatas dari contoh kepada masyarakat secara keseluruhan.

Tiga variabel independen dan satu variabel dependen digunakan dalam analisis regresi linier berganda, diadopsi kriteria Roscoe (1975) untuk menentukan ukuran sampel yang layak. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah anggota sampel minimal harus 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam hal ini, jumlah variabel adalah 4 (3 variabel independen + 1 variabel dependen), sehingga ukuran sampel yang digunakan adalah  $15 \times 4 = 60$ .

Namun, dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan ukuran sampel sebanyak 60 sampel, yang sesuai dengan jumlah variabel dan kondisi penelitian

Anda. Konsumen Apotek Pondok Sehat Lumajang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini.

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah informasi yang diamati dan dipelajari dengan maksud untuk memperoleh informasi yang relevan sebelum ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang digunakan, yaitu:

##### **a. Variabel Bebas (Independen)**

Faktor bebas, atau disebut faktor bebas atau variabel pemutakhiran, berperan sebagai alasan perubahan atau kehadiran variabel dependen. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )
- 2) Harga ( $X_2$ )
- 3) Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ )

##### **b. Variabel Terikat (Dependen)**

Variabel yang merupakan akibat atau dampak dari adanya variabel bebas disebut sebagai variabel terikat, yang juga disebut sebagai variabel output atau kriteria. Menurut Sugyono (2014):39, variabel independen juga mempengaruhi atau menjelaskan variabel dependen.

Loyalitas Pelanggan (Y) merupakan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan salah satu variabel yang diteliti dan dianggap sebagai hasil dari variabel independen yang



diselidiki. Dalam analisis penelitian, peneliti akan berusaha memahami hubungan antara variabel dependen, loyalitas pelanggan, dan variabel independen (seperti kepuasan, harga, atau faktor lainnya).

Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan (variabel terikat) akan diteliti dan dianalisis untuk melihat pengaruh variabel bebas lainnya terhadapnya. Dengan memahami hubungan ini, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan memberikan wawasan yang berguna bagi manajemen atau praktisi dalam meningkatkan retensi pelanggan dan kepuasan mereka.

### **3.5.2 Definisi Konseptual**

#### **a. Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2019), Penilaian pelanggan tentang sejauh mana layanan yang mereka terima memenuhi atau melebihi harapan mereka dikenal sebagai kualitas layanan. Kualitas pelayanan akan dianggap memuaskan dan memuaskan apabila memenuhi atau melebihi harapan. Pemenuhan yang terbingkai dari sifat pelayanan dapat mendorong pembeli untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia di kemudian hari.

**b. Harga**

Buku Abubakar "Manajemen Pemasaran" (2018: 39), Etzel dan rekannya, Istilah "harga" mengacu pada jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk atau layanan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan mereka.

**c. Kepuasan Pelanggan**

Kata Latin *facio* (melakukan atau membuat) dan *satis* (artinya memadai) adalah asal kata "kepuasan". Upaya untuk memuaskan atau menjadikan sesuatu yang memadai dapat diartikan sebagai kepuasan (Tjiptono dan Chandra, 2016:204).

**d. Loyalitas Pelanggan**

Definisi Griffin tentang loyalitas pelanggan yang dikutip dalam buku Hurihayati (2015: 128) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat dari pelanggan untuk secara teratur berlangganan layanan atau membeli produk tertentu di masa depan. Bahkan ketika dihadapkan pada keadaan yang berubah yang berpotensi mengubah perilaku konsumen, pelanggan setia akan terus memilih produk atau layanan yang sama.

Penting untuk dicatat bahwa loyalitas konsumen melibatkan komitmen yang mendalam dan konsisten terhadap suatu merek, produk, atau jasa.



Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang loyal memiliki preferensi yang kuat terhadap suatu entitas bisnis dan cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan entitas tersebut.

Loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepuasan pelanggan, kualitas produk atau jasa, pengalaman pelanggan, harga, reputasi merek, dan faktor-faktor lainnya. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan meningkatkan tingkat loyalitas di masa depan.

Pengertian ini memberikan pemahaman yang jelas tentang loyalitas konsumen dan pentingnya memperoleh pelanggan yang loyal dalam upaya mempertahankan pangsa pasar dan keberhasilan jangka panjang suatu bisnis.

### **3.5.3 Definisi Operasional**

Menurut Paramita et al. (2021:42), Definisi operasional menjelaskan bagaimana nilai suatu variabel akan ditentukan dalam penelitian atau dioperasionalkan. Berikut adalah operasionalisasi dari variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan:

#### **a. Kualitas Pelayanan**

Menurut (Lupiyoadi, 2014:217) salah satu studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Berwujud (*tangibles*)
- 2) Reliabilitas (*reliability*)
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*empathy*)

Berdasarkan indikator kualitas pelayanan berikut, dikembangkan kuesioner yang disesuaikan dengan skala Likert untuk objek penelitian:

- 1) Karyawan memberikan pelayanan secara ramah dan profesional dalam melayani konsumen.
- 2) Karyawan memberikan respon cepat.
- 3) Karyawan bersedia membantu keperluan konsumen.
- 4) Penanganan keluhan diberikan dengan baik.
- 5) Karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan peduli pada keluhan dan kebutuhan konsumen

#### **b. Harga**

Harga mengacu pada jumlah uang atau nilai yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk atau layanan. Harga adalah salah satu aspek pemasaran yang paling penting karena biasanya mencerminkan nilai atau manfaat produk atau layanan yang dirasakan pelanggan (Yulianti & Saputri, 2016:78). Menurut Kotler dalam Krisdayanto (2018:4) indikator-indikator yang mencirikan harga yaitu :

- 1) Kesederhanaan
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa
- 3) Daya saing dalam penetapan harga
- 4) Kesamaan biaya dengan manfaat

Berdasarkan indikator harga berikut, dikembangkan kuesioner yang disesuaikan dengan skala Likert untuk objek penelitian:

- 1) Harga jual didasarkan pada seberapa puas pelanggan;
- 2) Harga didasarkan pada kualitas layanan yang diberikan;
- 3) Harga di Apotek Pondok Sehat dapat bersaing dengan apotek lain;
- 4) Harga didasarkan pada manfaat yang didapat pelanggan.

**c. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai perasaan senang atau kecewaseseorang setelah membandingkan persepsi atau pengalaman mereka mengenai kinerja suatu produk atau layanan dengan harapan mereka (Sunarto, 2006:17). Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:117), terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas Produk dan Jasa
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga
- 5) Biaya dan Kemudahan

Berdasarkan indikator kepuasan pelanggan berikut, dikembangkan kuesioner yang disesuaikan dengan skala Likert untuk objek penelitian:

- 1) Produk dan layanan Apotik Pondok Sehat Lumajang memenuhi atau melebihi harapan saya.
- 2) Saya senang dengan tingkat layanan pelanggan yang diberikan oleh staf apotek Pondok Sehat Lumajang.
- 3) Saya lebih memilih apotek pondok sehat lumajang yang memiliki kualitas dan harga lebih baik dengan apotek lain.
- 4) Saya puas dengan harga produk yang telah diberikan apotek pondok sehat lumajang
- 5) Saya lebih memilih membeli produk di apotek pondok sehat lumajang karena biaya dan lokasi yang mudah dijangkau konsumen.

**d. Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin, seperti yang dikutip dalam buku Hurihayati (2015:128) Loyalitas konsumen memang dapat dijelaskan sebagai komitmen yang kuat dari pelanggan untuk terus menggunakan atau membeli kembali produk atau jasa tertentu secara konsisten di masa mendatang. Pelanggan yang loyal akan tetap memilih produk atau jasa yang sama, bahkan jika terjadi perubahan dalam situasi atau faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen melibatkan komitmen yang kuat dan ketahanan terhadap perubahan yang mungkin terjadi di lingkungan sekitar mereka. Menurut Tjiptono (2010) loyalitas konsumen dapat dilihat dari beberapa indikator yakni:

- 1) Pembelian berulang
- 2) Pemberian referensi kepada orang lain
- 3) Pemberhentian item pesaing

Berdasarkan indikator loyalitas pelanggan berikut, dikembangkan kuesioner yang disesuaikan dengan skala Likert untuk objek penelitian:

- 1) Pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada apotek pondok sehat lumajang
- 2) Pelanggan lebih memilih produk yang tersedia di apotek pondok sehat dari pada produk di apotek lain
- 3) Pelanggan akan merekomendasikan pelanggan lain untuk membeli produk. pada apotek pondok sehat lumajang

### **3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

Dalam konteks penelitian, alat penelitian adalah instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi. Kuesioner, wawancara, observasi, tes, atau kombinasi dari beberapa metode pengumpulan data merupakan contoh alat penelitian. alat penelitian berfungsi sebagai pengumpul data yang digunakan dalam proses penelitian. Dalam penelitian, terdapat berbagai jenis instrumen yang digunakan, seperti pertanyaan dan kuesioner, yang disebarkan kepada responden sampel dalam proses observasi.

Instrumen tersebut dirancang dengan tujuan untuk memperoleh data yang relevan dan valid guna menjawab pertanyaan penelitian serta mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Penggunaan instrumen penelitian yang tepat dan efektif sangat penting dalam mengumpulkan data yang akurat dan dapat diandalkan untuk analisis dan kesimpulan penelitian yang lebih baik.

Penggaris ukur, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2010:98), adalah salah satu alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Penggaris ukur digunakan sebagai referensi untuk menentukan panjang atau pendeknya suatu variabel yang akan diukur, sehingga data yang dihasilkan dapat dikuantifikasi. Dalam penelitian ini, skala ordinal digunakan, yang berarti penggaris ukur digunakan untuk mengukur tingkat struktur atau kategori variabel yang akan diukur, bukan hanya memberikan deskripsi kategorinya.

Secara khusus, kekhasan ini disebut faktor penelitian. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan penanda faktor.

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Instrumen Penelitian	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan	1. Berwujud ( <i>tangibles</i> ) 2. Reliabilitas ( <i>reliability</i> ) 3. Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) 4. Jaminan ( <i>assurance</i> ) 5. Empati ( <i>empathy</i> )	1. Karyawan memberikan pelayanan secara ramah dan profesional dalam melayani konsumen. 2. Karyawan memberikan respon cepat. 3. Karyawan bersedia membantu keperluan konsumen. 4. Penanganan keluhan diberikan dengan baik. 5. Karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan peduli pada keluhan dan kebutuhan konsumen	Ordinal	Lupiyoadi(2014:217)



2.	Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesederhanaan</li> <li>2. Kesesuaian harga</li> <li>3. Daya saing dalam penetapan harga</li> <li>4. Kesamaan biaya dengan manfaat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. jual yang ditawarkan sesuai dengan kepuasan konsumen</li> <li>2. Harga didasarkan pada kualitas jasa yang diberikan</li> <li>3. Harga di apotek pondok sehat dapat bersaing dengan apotek lainnya</li> <li>4. Harga didasarkan pada manfaat yang diperoleh konsumen</li> </ol>	Ordinal	Menurut kotler (2018)
3.	Kepuasan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk dan Jasa</li> <li>2. Kualitas Pelayanan</li> <li>3. Emosional</li> <li>4. Harga</li> <li>5. Biaya dan Kemudahan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk dan layanan Apotik Pondok Sehat Lumajang memenuhi atau melebihi harapan saya.</li> <li>2. Saya senang dengan tingkat layanan pelanggan yang diberikan oleh staf apotek Pondok Sehat Lumajang.</li> <li>3. Saya lebih memilih apotek pondok sehat lumajang yang memiliki kualitas dan harga lebih baik dengan apotek lain.</li> <li>4. Saya puas dengan harga produk yang telah diberikan apotek pondok sehat lumajang</li> <li>3. Saya lebih memilih membeli produk di apotek pondok sehat lumajang karena biaya dan lokasi yang mudah dijangkau konsumen.</li> </ol>	Ordinal	Ratnasari & Aksa, (2011:117)
4.	Loyalitas Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian berulang</li> <li>2. Pemberian referensi kepada orang lain</li> <li>3. Pemberhentian item pesaing</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada apotek pondok sehat lumajang</li> <li>2. Pelanggan lebih memilih produk yang tersedia di apotek pondok sehat dari pada produk di apotek lain</li> <li>3. Pelanggan akan merekomendasikan pelanggan lain untuk membeli produk. pada apotek pondok sehat lumajang</li> </ol>	Ordinal	Tjiptono (2010:107)

Sumber: Data diolah Peneliti Tahun 2023

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Observasi**

Menurut Siregar (2015:19), Persepsi adalah metode yang terlibat dalam pengumpulan informasi dengan memimpin eksplorasi langsung pada iklim yang akan dipertimbangkan. Dalam konteks ini, observasi dilakukan dengan bertemu secara langsung dengan responden yang mengunjungi Apotek Pondok Sehat Lumajang. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai kondisi objek yang diteliti.

#### **3.7.2 Wawancara**

Siregar (2015:18) menjelaskan bahwa melalui interaksi tanya jawab langsung dengan responden, wawancara merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data untuk penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pelanggan Apotek Pondok Sehat Lumajang.

#### **3.7.3 Kuesioner**

Sugiono (2013:142) menjelaskan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana orang diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau menulis pernyataan. Pertanyaan diajukan tentang masing-masing variabel independen, termasuk harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas, serta variabel dependen, kualitas layanan. Setiap pertanyaan yang dijawab mendapat skor dari responden.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Ketentuan Pengisian	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiono (2013)

### 3.8 Teknik Analisis Data

Strategi pemeriksaan informasi menurut Sugiono (2014) mengacu pada serangkaian latihan yang diselesaikan setelah informasi dari semua responden dipecah dan ditangani untuk menjawab perincian masalah dan menguji spekulasi yang diajukan.

Dalam penelitian ini, prosedur pemeriksaan informasi yang digunakan berbeda dengan relaps langsung menggunakan program terukur SPSS. Sebelum memeriksa dan menguji dampak penggunaan jajak pendapat, menguji legitimasi dan keandalan adalah hal yang mendasar. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen, sedangkan uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud.

Selanjutnya, dengan memperhatikan asumsi dasar regresi linier berganda, maka dilakukan analisis dan pengujian pengaruh. Salah satu asumsi mendasar adalah bahwa data harus memiliki distribusi normal, tidak terdapat multikolinieritas (*multicollinearity*) antara variabel independen, dan tidak terdapat heterokedastisitas (*heteroscedasticity*) dalam data.

### 3.8.1 Pengujian Instrumen

Validitas dan ketergantungan kuesioner penelitian harus dievaluasi sebelum pengujian hipotesis dapat dimulai. Validitas dan ketergantungan kuesioner sangat penting untuk memastikan bahwa tanggapan responden akurat dan dapat diandalkan.

#### a. Pengujian validitas

Setelah kuesioner disebar dan dikumpulkan, penting untuk melakukan uji validitas untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner tersebut dapat mengukur dengan akurat apa yang ingin diukur. Validitas merupakan proses pengujian yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana alat ukur, seperti kuesioner, mampu mengukur dengan tepat variabel atau informasi yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mencerminkan konsep atau variabel yang ingin diukur. (Siregar, 2015:75).

Ada beberapa cara untuk mengukur pengujian kuesioner.:

- 1) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992, Soegiyono, 1999)
- 2) Koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ( $\alpha : n - 2$ )  $n$  = jumlah sampel
- 3) Nilai  $sig \leq \alpha$ .
- 4) Rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu :

$$r = \frac{n\sum XY}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi.

n = jumlah

observasi/responde

n.X = skor

pertanyaan.

Y = skor total.

Ketika korelasi antara masing-masing faktor tersebut positif dan lebih besar dari atau sama dengan 0,3, sebuah faktor dikatakan konstruksi yang kuat. Dalam penelitian ini, butir-butir instrumen dianggap tidak valid jika korelasinya dengan skor keseluruhan kurang dari 0,3.

#### **b. Pengujian Reliabilitas**

Istilah "keandalan" atau "keandalan" mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil atau dapat diprediksi ketika efek samping yang serupa diperkirakan beberapa kali dengan instrumen serupa. Dalam konteks pengukuran, reliabilitas mengacu pada tingkat kekonsistenan atau ketepatan hasil pengukuran (Siregar, 2015:87). Reliabilitas dalam konteks suatu kuesioner adalah seberapa stabil dan reliabelnya kuesioner tersebut sampai dapat digunakan berulang kali dengan hasil yang serupa.

### 3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

Memahami asumsi yang mendasari diperlukan untuk penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi dapat menjadi tidak valid atau tidak dapat diandalkan jika asumsi ini tidak terpenuhi (Kurniawan, 2014).

#### a. Uji normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal. Distribusi normal atau mendekati normal adalah salah satu karakteristik yang diinginkan dalam model regresi. Penyebaran data dapat divisualisasikan melalui grafik, seperti yang disebutkan oleh (Husein, 2011). Ada beberapa cara untuk menguji normalitas data, seperti yang dijelaskan berikut ini:

- 1) Pengukuran bentuk: penyebaran tipikal memiliki bentuk yang rata di sekitar kualitas rata-rata dan tengah. Akibatnya, sebagian besar data akan terakumulasi di sekitar tengah distribusi, dengan lebih sedikit data di ujung atau ekor.
- 2) *Skewness*: Skewness adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menggambarkan kecondongan atau asimetri distribusi data. Jika nilai skewness positif, maka distribusi data cenderung condong ke kanan, artinya ekor distribusi lebih panjang di sebelah kanan dan nilai-nilai ekstrim lebih tinggi.



Sebaliknya, jika nilai skewness negatif, distribusi data cenderung condong ke kiri, artinya ekor distribusi lebih panjang di sebelah kiri dan nilai-nilai ekstrim lebih rendah.

- 3) Uji statistik: Perbandingan nilai Z hitung dengan nilai Z tabel merupakan salah satu cara untuk menentukan normalitas. Asumsi normalitas terpenuhi jika nilai Z yang dihitung lebih rendah dari nilai kritis pada tabel.
- 4) *Normal probability plot*: Normalitas juga dapat dinilai melalui output SPSS dengan menggunakan *normal probability plot*. Normalitas terpenuhi jika nilai data didistribusikan sepanjang garis lurus pada plot.

Paramita (2021:84) Selain itu, Pengujian normalitas data dilakukan dengan melihat normal probability plot pada keluaran SPSS. Normal probability plot, juga dikenal sebagai QQ plot (Quantile-Quantile plot), adalah grafik yang membandingkan distribusi data dengan distribusi normal yang diharapkan.

#### **b. Pengujian Multikolinieritas**

Menurut Umar (2008:82) Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas model regresi berkorelasi tinggi. Ketika dua atau lebih variabel independen memiliki hubungan linier yang kuat, ini disebut multikolinieritas. Kurniawan (2014:157) menjelaskan bahwa multiple criteria digunakan untuk menentukan apakah suatu model memiliki multikolinieritas.

- 1) Nilai Faktor Inflasi Variabel (*Variable Inflation Factor/VIF*) tidak boleh lebih dari 10, dan nilai toleransi tidak boleh kurang dari 0,1. Jika nilai VIF semakin tinggi, maka nilai toleransi semakin rendah.

- 2) Setiap korelasi variabel independen harus kurang dari 0,70. Multikolinearitas diasumsikan ada jika nilainya lebih besar dari 0,70, menunjukkan korelasi (hubungan interaksi) yang sangat kuat.
- 3) Multikolinearitas diasumsikan jika koefisien determinasi (baik R maupun Adjusted R<sup>2</sup>) lebih besar dari 0,60 tetapi tidak ada variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### c. Pengujian Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat heteroskedastisitas pada model relaps, untuk mengetahui apakah fluktuasi yang tersisa (variabel membingungkan) antara berbagai persepsi tidak tetap. Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *Scatter Plot*. *Scatter Plot* dapat memberikan visualisasi grafis dari hubungan antara variabel dependen dan residual (selisih antara nilai sebenarnya dan nilai perkiraan yang diberikan oleh model regresi). Jika terdapat pola yang jelas dalam grafik *Scatter Plot*, seperti pola teratur yang menunjukkan variasi yang tidak konstan (misalnya, titik-titik yang membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, atau menyempit), maka dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas. (Lupiyoadi, R. 2015:139).

Menurut Santoso (2010:210), Model regresi yang bebas heteroskedastisitas merupakan model yang baik. Heteroskedastisitas dapat menghambat legitimasi dan pemahaman tentang hasil pemeriksaan relaps karena anggapan kesalahan yang berkepanjangan dengan selisih tetap tidak terpenuhi.

Beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam pengujian heteroskedastisitas, seperti yang dijelaskan oleh Santoso (2010:210), antara lain:

- 1) Pola tertentu: Adanya heteroskedastisitas pada data dapat ditunjukkan dengan pola tertentu pada grafik *Scatter Plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit). Heteroskedastisitas mengacu pada variasi yang tidak konstan dalam kesalahan residual atau variabel dependen di sepanjang rentang nilai variabel independen..
- 2) Pada sumbu Y, pola yang berbeda dengan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0: Heteroskedastisitas dalam data dapat ditentukan dengan mengamati pola yang berbeda dengan titik-titik yang tidak merata.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiono (2017) menegaskan bahwa tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengantisipasi atau memberikan penjelasan atas perubahan variabel dependen yang dipengaruhi oleh sejumlah variabel independen. Kombinasi linier dari beberapa variabel independen digunakan dalam analisis regresi linier berganda untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen. Lupiyoadi dan Rikhsan (2015:157) menyebutkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung

$\beta_0$  = Nilai konstanta/parameter *intercept*

$X_1 \dots X_n$  = Variabel independen ke-i

$\beta_1 \dots \beta_n$  = Nilai koefisien regresi/parameter koefisien regresi variabel

independen.

$\varepsilon$  = *Error*

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Setelah mendapatkan koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen dan melakukan analisis regresi linier berganda, merumuskan hipotesis untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau signifikan terhadap variabel dependen.

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t, juga dikenal sebagai uji parsial, digunakan untuk menentukan apakah koefisien regresi setiap variabel independen berbeda secara signifikan dari nol. Hal ini membantu peneliti dalam menentukan apakah variabel independen model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Silaen, 2018). Langkah – langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis pertama

$H_1$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di apotek pondok sehat Lumajang.

2) Merumuskan hipotesis kedua

$H_2$  : Terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di apotek pondok sehat Lumajang.

3) Merumuskan hipotesis ketiga

$H_3$  : Terdapat pengaruh kepuasan konsumen secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di apotek pondok sehat Lumajang.

4) Menentukan level signifikansi  $\alpha = 5\%$

5) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

6) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar error}}$$

7) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan tabel.

**b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Pada penelitian Apotek Pondok Sehat Lumajang, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap perubahan variabel dependen loyalitas pelanggan.

Proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel penelitian independen ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Variabel independen memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap variabel dependen ketika nilai  $R^2$  lebih tinggi.