

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Apotek Sumber Rejo yang berlokasi di Jl. Pasar Cerme, No. 7, Cerme Lor, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. serta dilaksanakan dari bulan November 2022 hingga April tahun 2023.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisis pada data-data angka yang diolah dengan metode statistik. Menurut Sujarweni (2015), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sujarweni, 2015).

#### **3.3 Metode Penarikan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2015).

Populasi dalam penelitian ini yakni konsumen Apotek Sumber Rejo Cerme, Gresik yang berjumlah 300 konsumen pada bulan Oktober 2022-Desember 2022.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang generalisasi semakin kecil, dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka akan semakin besar kesalahan generalisasi (Sujarweni, 2015).

Sampel dalam penelitian ini diambil dari konsumen Apotek Sumber Rejo sesuai dengan alat analisis yang digunakan yaitu PLS (*Partial least Square*) maka kriteria penentuan sampel Menurut Hair *et al.*, (2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 19 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah  $(19 \times 10) = 190$  sampel.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling dilakukan dengan Teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan

tertentu dalam Sugiyono, (2016). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016).

Partisipan yang punya pengetahuan tentang obyek penelitian diharapkan bisa menilai dengan lebih baik. Dalam penelitian ini jumlah sampel yaitu 190 konsumen.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (responden). Data primer secara khusus dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Tujuan kuesioner tersebut adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan *survey*, memperoleh informasi dengan tingkat keandalan yang tinggi atas suatu fenomena tertentu (Sugiarto, 2016).

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitiann untuk mengungkap dan menemukan jawaban dari hipotesis. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan :

### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan bertatap muka dan melakukan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung kepada narasumber untuk mengetahui latar belakang perusahaan dan proses bisnisnya.

### 2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan Skala *Likert*. Dengan adanya Skala *Likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

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

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya. Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel *intervening*.

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, ada beberapa variabel yang tercantumkan yakni :

### **3.5.1 Variabel Independen (variabel bebas) (X)**

Menurut Sugiyono (2017) variabel independen adalah variabel yang yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, anteseden. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dalam penelitian ada tiga variabel independen yang diteliti diantaranya :

#### **1. Kualitas produk (X1)**

Menurut Budiyanto (2016:490) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Budiyanto (2016:490) menyatakan bahwa indikator kualitas produk yaitu :

- 1) Keawetan
- 2) Keandalan
- 3) Kesesuaian produk
- 4) Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki

#### **2. Kelengkapan produk (X2)**

Raharjani dalam Alreza Anan Hafidzi (2013) mengemukakan variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan.

Indikator kelengkapan produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Keragaman produk yang dijual
- 2) Variasi produk yang dijual
- 3) Ketersediaan produk yang dijual
- 4) Macam merek yang tersedia

### **3. Kualitas pelayanan (X3)**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Arianto, 2018).

Menurut (Harfika dan Abdullah, 2017:48), berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Bukti fisik (*Tangible*)
- 2) Reliabilitas (*Reliability*)
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*Empathy*)

#### **3.5.2 Variabel Dependen / Terikat (Y)**

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sesuai dengan masalah yang diteliti maka yang akan menjadi variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

Menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yang diambil dari (Kotler 2018:70), yaitu:

- 1) Kemantapan pada sebuah produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

### **3.5.3 Variabel Mediasi / *Intervening* (Z)**

Menurut Sujarweni (2015) variabel *intervening* merupakan variabel antara atau mediasi yang digunakan untuk memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Z).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan.

Indikator kepuasan konsumen menurut (Lupiyoadi, 2013:231) adalah:

- 1) Minat penggunaan ulang
- 2) Barang atau jasa berkualitas
- 3) Kesiediaan untuk merekomendasikan

### **3.6 Metode Analisis Data**

Metode analisis data adalah sebuah cara untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan untuk diuji kebenarannya sesuai dengan hipotesis yang dibuat (Sugiyono 2015:110) Tujuan metode ini adalah untuk membatasi penemuan menjadi data yang konkret.

#### **3.6.1 *Structural Equation Modeling (SEM)***

SEM merupakan suatu teknik analisis multivariat generasi kedua yang menggabungkan analisis faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara beberapa variabel laten eksogen dan endogen dengan banyak indikator (Yamin, 2014). Alasan peneliti menggunakan SEM antara lain :

1. SEM dapat menguji hipotesis yang rumit secara bersamaan
2. SEM dapat menguji model hubungan timbal balik secara bersamaan yang tidak bisa dianalisis menggunakan regresi linier
3. SEM dapat menganalisis jumlah sampel yang relatif kecil.
4. SEM mampu melakukan analisis data yang bersifat laten dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analytic*).



SEM terdiri dari 2 jenis yakni :

1. *covariance based structural equation modeling*

Jenis SEM yang mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi yang dapat diukur dengan menggunakan berbagai alat yakni AMOS, LISREL, EQS, dan Mplus.

2. *Variance based structural equation modelling*

Jenis SEM yang tidak mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi yang dapat diukur dengan menggunakan alat yakni PLS.

### 3.6.2 *Partial Least Square (PLS)*

Ghozali dan Latan (2015) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Alasan yang melatarbelakangi penggunaan alat uji PLS dalam penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini menggunakan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dengan menggunakan indikator sebagai alat bantu. PLS dapat mengkonfirmasi indikator dari setiap konsep atau faktor.
- b. PLS merupakan alat analisis data yang akurat dan tidak didasarkan pada beberapa asumsi.

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau *inner model*.

### 3.6.3 Model pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran atau *outer model* menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Terdapat dua model pengukuran dalam *outer model* yakni antara lain:

#### 1) Uji validitas

Uji validitas adalah sebuah pengujian untuk mendapatkan nilai yang sebenarnya atau Valid. Sugiyono (2017). Didalam uji Validitas terdapat 2 uji yang dapat digunakan dalam sistem PLS antara lain :

##### a. *Convergent validity*

Uji ini digunakan untuk mengetahui kesesuaian setiap hubungan indikator dengan variabel latennya. pengukuran ini dianggap cukup apabila nilai loading faktor diatas 0,7 dan nilai *Average Variance Ekstracted* (AVE) diatas 0,5.

##### b. *Discriminant validity*

Pengukuran indikator refleksif ( pencerminan indikator) yang didasarkan pada *cross loading* (membandingkan) dengan variabel latennya. dengan nilai *cross loading* diatas 0,7 dan nilai *fornell larcker criterion or HTMT* dimana nilai variabel ke variabel itu sendiri juga nilai variabel ke variabel lain. Nilai diagonal/nilai teratas tidak boleh lebih kecil daripada nilai yang lain.

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat sberapa jauh pengukuran bebas dari variabel kesalahan acak. Sugiyono (2017). Terdapat dua model pengukuran pada uji Reliabilitas antara lain :

a. *Composite reliability* (Cr)

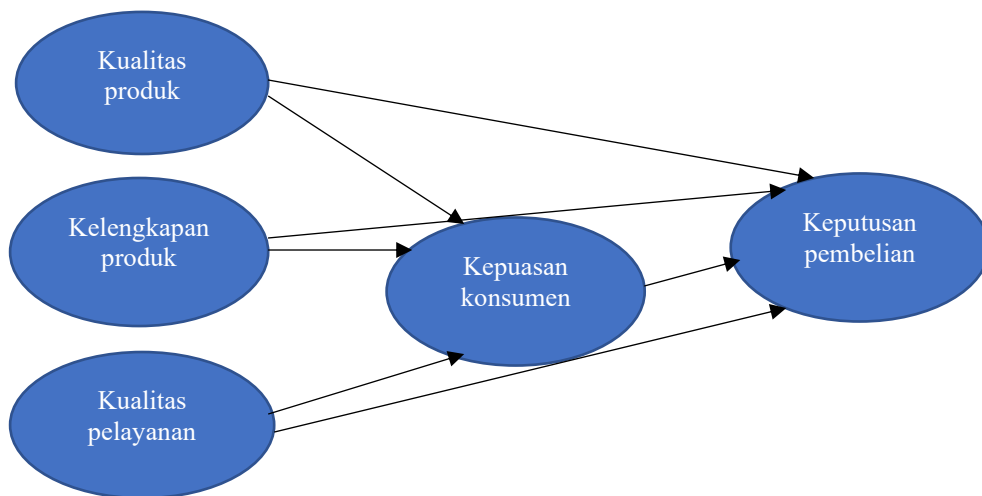
Indikator yang mengukur sebuah variabel dengan nilai reliabelnya  $\geq$  0,7 walaupun bukan termasuk standart mutlak.

b. *Cronbach's Alpha*

Sebuah ukuran yang dihandalkan dengan nilai antara nol sampai satu. Juga dikatakan uji reliabilitas dapat dikatakan Reliable jika nilai yang diperoleh diatas 0,7.

### 3.6.4 Model struktural (*Inner model*)

Model struktural atau *inner model* menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.



**Gambar 3.1**  
**Analisis Jalur**

Model ini juga digunakan untuk melihat serta menganalisis nilai yang ada.

Ada beberapa uji yang dapat digunakan dalam *inner model* antara lain:

1) *R-Square*

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model

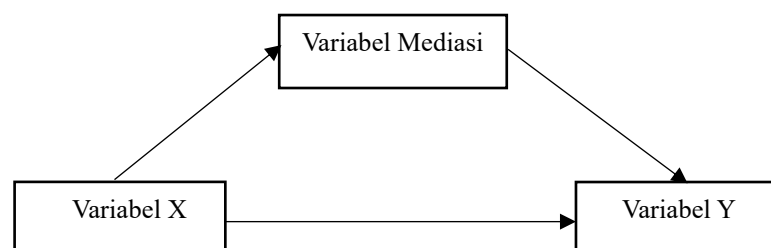
struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit* model.

*R-Square* merupakan uji yang digunakan untuk memperlihatkan seberapa jauh pengaruh hubungan variabel X terhadap variabel Y. Nilai *R-Squares* 0.75, 0.50, dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Hair et al, 2011 dalam Ghozali & Latan, 2015).

### 3.6.5 Uji Mediasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), variabel mediasi atau intervening merupakan variabel perantara, yang berfungsi untuk memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Metode pengujian mediasi dapat dilakukan untuk :

- a. Menguji pengaruh langsung variabel eksogen (variabel yang mempengaruhi variabel lain) terhadap endogen (variabel yang dijelaskan oleh eksogen) dengan menyertakan variabel mediasi.
- b. Menguji pengaruh langsung variabel eksogen dengan endogen tanpa menyertakan variabel mediasi.
- c. Menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi.
- d. Memeriksa pengaruh dari variabel mediasi terhadap variabel endogen.



**Gambar 3.2**  
**Hubungan Variabel Mediasi**

Terdapat 3 pengelompokan dalam mediasi yakni :

- a. *Non Mediation* jika hubungan antar variabel Eksogen dan Endogen positif dan variabel mediasi negatif
- b. *Full Mediation* terjadi jika variabel Eksogen dan Endogen negatif dan variabel mediasi positif
- c. *Parsial Mediation* terjadi jika variabel Eksogen dan Endogen positif dan variabel mediasi juga positif.

Juga dapat dilihat jika P Value pada *Spesific Indirect Effect*  $> 0.05$  maka bernilai Negatif dan sebaliknya.

### 3.6.6 Menentukan keputusan Hipotesis

1. Menentukan formulasi hipotesis
  - a. H01 : kualitas produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian  
Ha1 : kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
  - b. H02 : kelengkapan produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian  
Ha2 : kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
  - c. H03 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian  
Ha3 : kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
  - d. H04 : kualitas produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

- Ha4 : kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- e. H05 : kelengkapan produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- Ha5 : kelengkapan produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- f. H06 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- Ha6 : kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- g. H07 : kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
- Ha7 : kepuasan konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
- h. H08 : kepuasan konsumen tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
- Ha8 : kepuasan konsumen memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
- i. H09 : kepuasan konsumen tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian

Ha9 : kepuasan konsumen memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian

- j. H010 : kepuasan konsumen tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Ha10 : kepuasan konsumen memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

2. Menentukan T-tabel dan menghitung T-hitung

- a. Menentukan T-tabel dengan tingkat 5%
- b. T-hitung bisa dilihat dari hasil perhitungan PLS di *Form Path Coeffisien* atau Koefisien Jalur pada T-statistik

3. Kriteria Keputusan

- a. Bila T-statistik  $>$  T-tabel, maka H0 dinyatakan ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y)
- b. Bila T-statistik  $<$  T-tabel, maka H0 dinyatakan di terima dan Ha di tolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y).
- c. Bila P Value  $>$  0.05 maka dikatakan tidak Signifikan
- d. Bila P Value  $<$  0.05 maka dikatakan Signifikan
- e. Bila nilai Koefisien  $>$  0.000 maka bernilai Positif
- f. Bila Nilai Koefisien  $<$  0.000 maka bernilai Negatif

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan di atas, maka perbandingan antara T-statistik dengan T-tabel ataupun dengan probabilitas untuk mengambil kesimpulan apakah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak



### 3.5 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.2**  
**JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN 2023**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN**

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Draft proposal	■	■	■																						
2	Survey awal				■	■																				
3	Konsultasi proposal						■	■	■																	
4	Seminar proposal									■																
5	Komprehensif										■	■														
6	Proposal jadi												■													
7	Proses Penelitian													■	■											
8	Analisis data															■	■									
9	Konsultasi																	■	■							
10	Pembuatan laporan																			■	■	■				
11	Penulisan																					■				
12	Skripsi Jadi																							■		
13	ujian skripsi																								■	