

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk metode penelitian langsung, dimana terjadi interaksi langsung antara peneliti dengan responden disertai dengan penjelasan cara pengisian. Sampel apotek ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, yakni suatu metode *non probability sampling* yang sasaran atau sampel telah ditentukan dengan syarat tertentu. Sampel konsumen apotek ditentukan dengan metode *accidental sampling* yakni jumlah sampel konsumen tiap apotek ditentukan dari banyaknya konsumen yang datang membeli obat di apotek

B. Tempat dan Waktu.

Penelitian dilakukan di empat apotek yang ada daerah di Kecamatan Ketapang pada bulan Juni-Juli 2015. Dan penentuan pengambilan sampel apotek telah di hitung menggunakan persamaan yang dikemukakan oleh Nazir, dan lebih jelasnya dapat dilihat pada sub bab sampel.

C. Populasi dan Sampel.

1. Populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen apotek di Kecamatan Ketapang

2. Sampel.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua

anggota populasi untuk menjadi sampel. Penentuan sampel apotek dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni suatu metode *non probability sampling* yang sasaran atau sampel telah ditentukan dengan syarat tertentu. Sampel konsumen apotek ditentukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yakni jumlah sampel konsumen tiap apotek ditentukan dari banyaknya konsumen yang datang membeli obat di apotek.

Jumlah apotek yang beroperasi di daerah Kecamatan Ketapang sebanyak sepuluh apotek, sedangkan yang termasuk kriteria apotek sampel berjumlah empat apotek. Penentuan jumlah apotek sampel ini menggunakan persamaan yang dikemukakan oleh Nazir (1988) sebagai berikut :

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)D + P(1-P)}$$

Dimana :

n : Besar sampel

N : Besar populasi

p : Proporsi populasi 50%

D : Estimasi terhadap mean besarnya $B^2/4$ dimana B adalah *bound of error* yaitu 0.25.

$$n = \frac{10 \cdot 0,5 (1-0.5)}{(10-1)0.25 + 0.5 (1-0.5)}$$

$$\frac{10 (0.5 - 0.25)}{9 \cdot 0.25 + (0.5 - 0.25)}$$

$$\frac{10.0.25}{2.25 + 0.25}$$

$$\frac{2.5}{2.5} = 1$$

Berdasarkan perhitungan dengan persamaan di atas diperoleh jumlah minimal apotek sampel sebanyak satu apotek sampel. Pada penelitian digunakan apotek sampel sebanyak empat apotek sampel.

Jumlah atau ukuran sampel (n) untuk konsumen apotek ditentukan menurut rumus seperti yang dikemukakan oleh Nawawi (1995) sebagai berikut :

$$n \geq pq \left[\frac{z^{1/2} \alpha}{b} \right]^2$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

p : proporsi populasi presentase kelompok 1 yaitu 0.5

q : proporsi sisa di dalam populasi (1,00 - p) = 0.5

$z^{1/2} \alpha$: derajat koefisien taraf kepercayaan 95% \rightarrow 1.96

b : presentase perkiraan kemungkinan membuat kekeliruan 10%

\rightarrow 0.1

$$0.5.0.5 \left[\frac{1.96}{0.1} \right]^2 = [19.6]^2$$

$$0.25 [384.6] = 96.04$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah minimal sampel konsumen yang dibutuhkan adalah 96 orang. Pada penelitian ini digunakan sampel konsumen sebanyak 96 orang.

D. Kriteria inklusi dan eksklusi.

1. Kriteria inklusi
 - a. Pasien yang membeli obat di apotek.
 - b. Pasien yang membeli obat dengan resep ataupun non resep.
 - c. Pasien berumur 18-60 tahun.
 - d. Pasien bisa berkomunikasi membaca, dan menulis dengan baik.
 - e. Pasien bersedia mengisi kuesioner.
2. Kriteria eksklusi.
 - a. Pasien yang berasal dari pegawai apotek tersebut.

E. Identifikasi variabel penelitian dan definisi Operasional.

1. Variabel penelitian

Variabel pada penelitian ini meliputi variabel bebas, variabel tergantung dan variabel kontrol, sebagai berikut :

- a. Variabel bebas :
 - 1) Pelayanan informasi obat di apotek
 - 2) Umur, jenis kelamin, penghasilan, pendidikan, pekerjaan.
- b. Variabel tergantung : Persepsi konsumen terhadap apotek.

2. Definisi operasional

a. Apotek

Tempat dimana dilakukan pekerjaan kefarmasian dan penyaluran perbekalan farmasi oleh Apoteker yang dibantu oleh Asisten Apoteker atau TTK (Tenaga Teknis Kefarmasian) di Kecamatan Ketapang.

b. Apotek sampel

Apotek yang apotekernya selalu hadir setiap hari. Terdapat empat apotek.

c. Apoteker

Tenaga ahli yang melayani Pelayanan Informasi Obat di empat apotek sampel.

d. Konsumen apotek.

Orang yang membeli obat dengan resep ataupun obat non resep di apotek sampel.

e. Informasi obat.

Keterangan tentang obat yang dapat mendukung tercapainya tujuan pengobatan atau terapi, meliputi khasiat obat, dosis, cara penggunaan, frekuensi pemberian, waktu penggunaan, lama penggunaan, efek samping, penggunaan obat lain yang harus dihindari, makanan atau minuman yang harus dihindari, aktivitas yang harus dibatasi atau dihindari, cara penyimpanan, cara pembuangan obat sisa, dan cara penggunaan saat hamil atau menyusui.

f. Kinerja (*performance*)

Kesuksesan petugas apotek didalam melaksanakan pekerjaan kefarmasian yang dapat dilihat dari tercapainya pengobat yang rasional terhadap konsumen.

g. Kepuasan

Kesenangan atau keinginan yang tercapai oleh konsumen dalam Pelayanan Informasi Obat di apotek sampel dan dapat dilihat bila ada tanggapan pelanggan untuk datang kembali ke apotek sampel.

h. Kepentingan.

Suatu harapan yang ingin dipenuhi oleh konsumen dalam Pelayanan Informasi Obat.

i. Persepsi

Penilaian konsumen berupa pendapat atau pandangan terhadap Pelayanan Informasi Obat di apotek sampel berdasarkan pengalaman yang dirasakan, didengar maupun dilihat.

j. Pelayanan informasi obat

Pemberian informasi obat oleh petugas apotek kepada pasien atau konsumen apotek meliputi Obat bebas terbatas, Obat bebas, Obat Wajib Apotek serta Obat resep.

k. Data primer

Data yang diperoleh dari responden setelah mengisi kuesioner yang diberikan.

F. Instrumen penelitian.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang memuat sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan ditujukan kepada konsumen atau pasien yang membeli obat di apotek. Kuesioner diadopsi dari kuesioner penelitian

sebelumnya, yaitu kuesioner yang dilakukan oleh Machali pada tahun 2004 dengan judul penelitian ‘Penilaian Konsumen Terhadap Peran Apotek sebagai Tempat Pelayanan Informasi Obat di Kabupaten Sleman’.

Kuesioner yang diberikan kepada konsumen memuat 42 pertanyaan yang terbagi kedalam 4 kategori, yaitu :

1. Data identitas responden memuat 5 pertanyaan meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan (Lampiran hal.76)
2. Persepsi konsumen terhadap pelayanan informasi obat di apotek memuat 14 (Lampiran hal.76) pertanyaan mengenai penilaian konsumen terhadap pelayanan informasi obat yang diterima pada saat membeli obat di apotek.

Jawaban diberi bobot sebagai berikut :

Tabel I. Penilaian Materi Persepsi Konsumen

No	Jawaban	Skor
1	STS (Sangat Tidak Setuju)	1
2	TS (Tidak Setuju)	2
3	S (Setuju)	3
4	SS (Sangat Setuju)	4

3. Penilaian kepentingan atau harapan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan informasi obat yang memuat 12

pertanyaan (Lampiran hal. 78). Jawaban pertanyaan diberi bobot sebagai berikut :

Tabel II. Penilaian Materi Kepentingan Konsumen

No	Jawaban	Skor
1	STPg (Sangat Tidak penting)	1
2	TPg (Tidak Penting)	2
3	Pg (Penting)	3
4	SPg (Sangat Penting)	4

4. Penilaian kinerja pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan informasi obat yang memuat 12 pertanyaan (Lampiran hal. 79). Jawaban pertanyaan diberi bobot sebagai berikut :

Tabel III. Penilaian Materi kinerja apotek.

No	Jawaban	Skor
1	STPs (Sangat Tidak Puas)	1
2	TPs (Tidak Puas)	2
3	Ps (Puas)	3
4	SPs (Sangat Puas)	4

G. Cara Kerja

1. Tahap persiapan

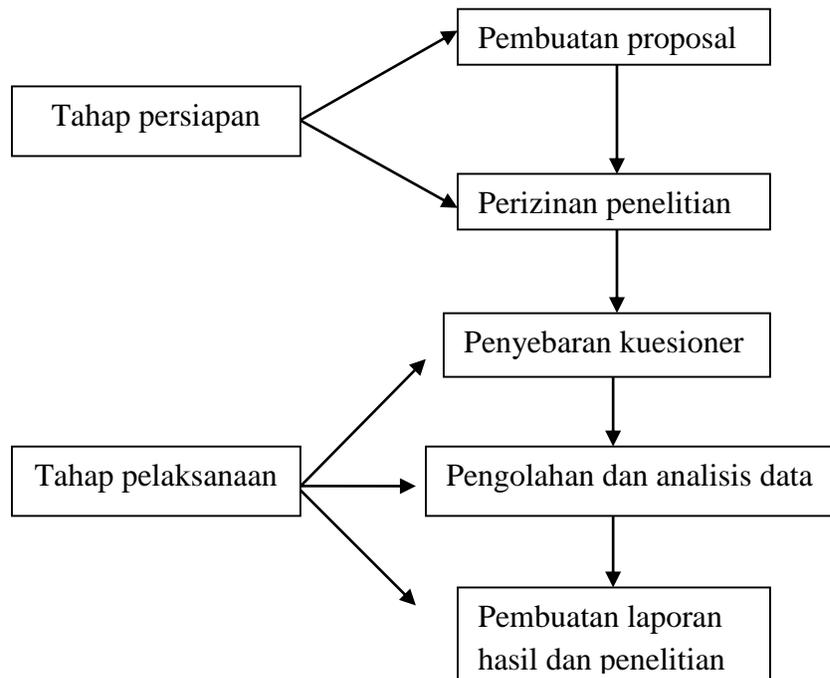
Meliputi pembuatan proposal dan perizinan penelitian.

2. Tahap pelaksanaan.

Meliputi penyebaran kuesioner, pengolahan dan analisis data.

3. Pembuatan laporan hasil penelitian.

H. Skema langkah kerja



Gambar 2. Skema Langkah Kerja

I. Analisis data.

Data yang didapat selanjutnya diolah sebagai data primer. Analisis data dilakukan dengan metode statistik frekuensi untuk mengetahui distribusi frekuensi performansi (kinerja) apotek yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan informasi obat. Disamping itu, dibuat juga suatu diagram Kartesius (Gambar 3) yang menunjukkan tingkat kesesuaian ini yang menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Semua analisis data dengan bantuan program data tentang karakteristik pribadi responden, persepsi konsumen terhadap pelayanan info obat di apotek, dan penilaian konsumen terhadap kepentingan (harapan) dan statistik SPSS 10.00.

Dalam melakukan analisis data, data terlebih dahulu harus diolah dengan tujuan mengubah data menjadi informasi. Langkah-langkah yang harus ditempuh diantaranya:

- a. *Editing* adalah upaya untuk memeriksa kembali kebenaran data yang diperoleh atau data yang dikumpulkan. Mengedit kuesioner yang telah diisi meliputi mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi, mengecek kelengkapan data dan mengecek macam isian data.
- b. *Coding* merupakan kegiatan pemberian kode angka terhadap data yang terdiri dari beberapa kategori.
- c. *Entri* data adalah kegiatan memasukkan data ke dalam data base komputer, kemudian membuat distribusi frekuensi sederhana atau dengan membuat tabel kontingensi.

d. Melakukan teknik analisis khususnya terhadap data penelitian akan menggunakan ilmu statistik terapan yang disesuaikan dengan data yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. *Analiting data* yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data ordinal sehingga teknik analisis statistik yang digunakan adalah teknik non parametrik.

1. Pengukuran skala Likert

Pengukuran dilakukan terhadap variabel-variabel persepsi dan penilaian kepentingan konsumen terhadap kinerja apotek yang dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yang dilakukan dengan membandingkan data purata hasil perhitungan dengan sebuah standar penilaian. Standar penilaian itu merupakan tentang nilai yang didapatkan dengan membagi lima bagian yang sama dari total nilai yang ditentukan dengan menggunakan skala Linkert. Rentang nilai yang digunakan dalam penelian ini adalah :

$$1.0 \leq x < 1.6 = \text{sangat rendah}$$

$$1.6 \leq x < 2.2 = \text{cukup rendah}$$

$$2.2 \leq x < 2.8 = \text{sedang}$$

$$2.8 \leq x < 3.4 = \text{cukup tinggi}$$

$$3.4 \leq x < 4.0 = \text{sangat tinggi.}$$

Adapun untuk rentang jawaban mengenai macam informasi obat yang sangat dibutuhkan oleh konsumen, penilaian dengan skala likert dibedakan sebagai berikut :

$1.0 \leq x < 1.6$ = sangat tidak dibutuhkan

$1.6 \leq x < 2.2$ = tidak dibutuhkan

$2.2 \leq x < 2.8$ = netral

$2.8 \leq x < 3.4$ = cukup dibutuhkan

$3.4 \leq x < 4.0$ = sangat dibutuhkan

2. Analisis tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/ pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini ada dua buah variable yang diwakili oleh huruf X yang mewakili tingkat kinerja apotek yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan huruf Y yang menunjukkan tingkat kepentingan konsumen.

Rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian kinerja apotek

Yi = skor penilaian kepentingan konsumen

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Rumus

untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan dapat disederhanakan menjadi :

$$X = \sum \frac{X_i}{n} \quad \text{atau} \quad Y = \sum \frac{Y_i}{n}$$

Di mana

X = skor rata-rata tingkat kepuasan

Y = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X dan Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen pada seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{x}_i}{N}$$

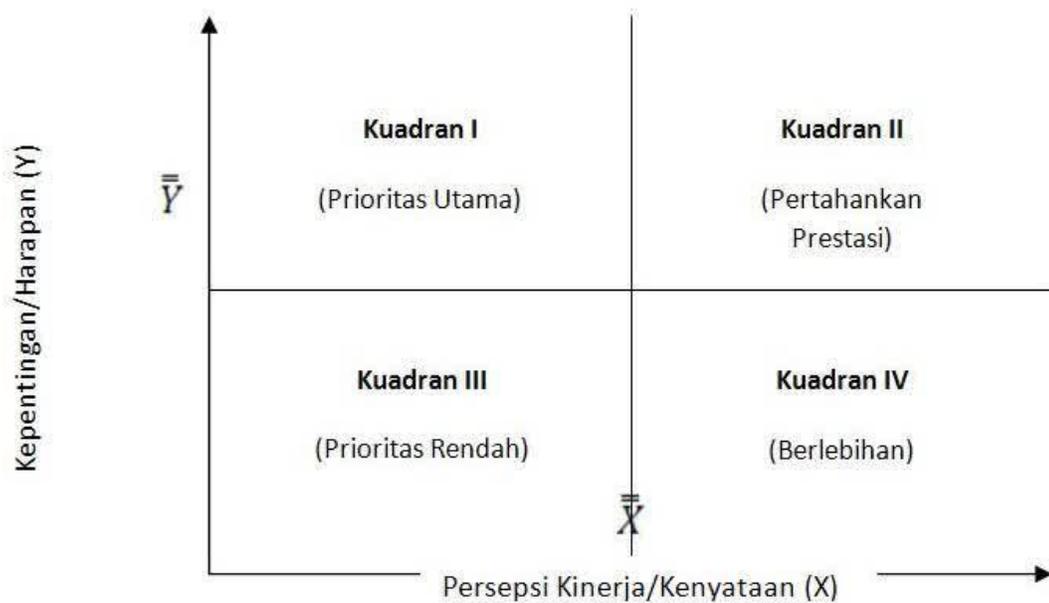
$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{y}_i}{N}$$

dimana

\bar{X} = Nilai rata-rata kepuasan dari semua pernyataan

\bar{Y} = Nilai rata-rata kepentingan dari semua pernyataan

N = Banyaknya atribut



Gambar 3. Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen apotek belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen, sehingga masih mengecewakan/tidak puas
2. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilakukan oleh apotek dan wajib untuk dipertahankan. Konsumen menganggap unsur jasa tersebut sangat penting dan pelaksanaannya sangat memuaskan.

3. Menunjukkan unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, sedangkan pelaksanaannya oleh apotek kurang memuaskan sehingga dianggap biasa-biasa saja.
4. Menunjukkan unsur-unsur jasa yang dianggap konsumen kurang penting, tapi pelaksanaannya sangat memuaskan sehingga dianggap berlebihan.