

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian eksploratori. Menurut Kotler, et al. (2006:127), mengatakan kalau penelitian eksploratori ialah salah satu pendekatan penelitian yang bisa digunakan untuk meneliti sesuatu (yang menarik perhatian) yang belum diketahui, belum dipahami, atau belum dikenali dengan baik. Penelitian eksploratori bersifat mendasar dan memiliki tujuan untuk mendapat keterangan, informasi, data mengenai hal-hal yang belum diketahui. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah pembeli KEDAI PEYOX, dengan teknik sampel menggunakan *accidental sampling*. Penelitian ini melakukan pengujian menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan program SPSS.

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KEDAI PEYOX yang beralamat di, Jl. Raya Kandangan, RT.2/RW.14, Pulorejo, Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61473. Objek penelitian ini adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam memilih KEDAI PEYOX.

3.3 Butir Pernyataan Kerangka Konseptual

Butir Pernyataan mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam memilih Kedai kopi Kedai Peyok dijelaskan di bawah ini:

Tabel 3.1

Kisi-kisi Pengembangan Instrumen

Faktor	Butir Pernyataan
1. Pengaruh teman	a. Pengaruh orang yang sudah dikenal dan melakukan komunikasi secara terus menerus
2. Pendapatan/ uang saku	b. Uang yang diterima dari hasil pekerjaannya
3. Musik	c. Lagu-lagu yang diperdengarkan didalam Kedai kopi
4. Ada fasilitas wifi	d. Ketersediaan layanan internet di gerai
5. Kebersihan gerai	e. Kondisi gerai yang bebas dari sampah, bau dan debu
6. Lokasi gerai	f. Tempat keberadaan gerai
7. Kecepatan pelayanan	g. Lama waktu pelayan memberikan bantuan kepada pembeli
8. Keramahan pelayan	h. Sikap pelayan yang membantu pembeli ketika pembeli ingin membeli atau membutuhkan sesuatu
9. Higienitas produk	i. Kebersihan dari produk
10. Rasa minuman	j. Rasa dari minuman yang disajikan gerai sesuai dengan selera pembeli
11. Rasa makanan	k. Rasa dari makanan yang disajikan gerai sesuai dengan selera pembeli
12. Variasi minuman yang ditawarkan	l. Keberagaman minuman yang ditawarkan terdiri dari beberapa jenis
13. Variasi makanan yang ditawarkan	m. Keberagaman makanan yang ditawarkan terdiri dari beberapa jenis
14. Harga minuman	n. Nominal rupiah yang dibayar pembeli untuk minuman yang dibeli

Tabel 3.1 Lanjutan

15. Harga makanan	o. Nominal rupiah yang dibayar pembeli untuk makanan yang dibeli
16. Kemungkinan mendapat teman baru	p. Keadaan dimana dapat termenjadi komunikasi dengan orang yang awalnya tidak kenal dan menmenjadi kenal
17. Tempat bisa digunakan untuk diskusi atau ngobrol	q. Ruangan yang dapat digunakan oleh pembeli untuk melakukan kegiatan komunikasi secara intensif dengan orang lain
18. Sesuai dengan gaya hidup	r. Sesuai gaya hidup tindakan yang menunjukkan perilaku pembeli dalam membentuk pola daya belinya
19. Ada fasilitas stop kontak	s. Adanya tempat untuk mengalirkan arus listrik
20. Tempat parkir memadai	t. Tempat parkir yang nyaman dan luas

3.3.1 Pengukuran Skala Likert

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala Likert. Variabel di dalam angket ini menggunakan skala Likert, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menmenjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah :

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber :(Sugiyono, 2011:22)

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan

diberikan nilai tertentu (1,2,3,4 dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlah dan jumlah tersebut menmenjadi nilai total. Nilai total ini yang akan ditafsir sebagai posisi responden dalam skala *likert*.

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Penentuan Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011:22).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan *KEDAI PEYOX* yang telah mengunjungi ≥ 1 kali yang jumlahnya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiarto (2001:2) menjelaskan bahwa “sampel ialah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya”.

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:237), rumus dalam menghitung sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha} \times 2\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan

penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96 \times 0.25)^2}{0.05}$$

$$= 96,04$$

jadi berdasarkan rumus di atas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 96 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang untuk menghindari kerusakan sampel atau sebagai cadangan.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2011:88) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, bila dipandang orang yang dijumpai kebetulan sesuai sebagai sumber data.

3.5 Sumber data, serta metode pengumpulan data

3.5.1 Sumber data

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung diperoleh peneliti dari sumber data selama melakukan penelitian di lapangan (Sugiyono, 2011:88). Dalam hal ini, peneliti menyebar angket penelitian terkait faktor-faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam memilih Kedai kopi *KEDAI PEYOX* sebagai obyek penelitian.

2. Data sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan penelitian kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumen dari obyek penelitian yaitu data pengunjung, sejarah bisnis Kedai kopi.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Data ini diperoleh dari angket yang diedarkan ke 100 responden yang berisi tanggapan responden yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam memilih Kedai kopi *KEDAI PEYOX*.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian serta dokumen pendukung yaitu data pengunjung, sejarah bisnis Kedai kopi.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah suatu pertanyaan dalam angket atau kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas sebagai data dari variabel yang diteliti secara tepat. Cara untuk mengukur validitas internal yaitu dengan menggunakan analisis butir, yang artinya menghitung korelasi antara masing-masing butir

skor total dengan menggunakan rumus teknik Korelasi Product Moment Pearson, dan rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r_{xy} = Koefesien Korelasi
- n = Banyaknya sampel dalam penelitian
- x = Skor item
- y = Total skor item
- $\sum xy$ = Jumlah hasil antara skor tiap item dengan skor total
- x^2 = Jumlah Kuadrat Nilai X
- y^2 = Jumlah kuadrat nilai Y

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada setiap item dengan skor total adalah dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment Pearson yang penghitungannya menggunakan aplikasi SPSS. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila $r_{hitung} > 0,5 r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < 0,5 r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Item	Validitas		Keterangan
	r hitung	r tabel	
F1	0.676	0,5	Valid
F2	0.704	0,5	Valid
F3	0.781	0,5	Valid
F4	0.637	0,5	Valid
F5	0.796	0,5	Valid
F6	0.825	0,5	Valid
F7	0.732	0,5	Valid
F8	0.797	0,5	Valid
F9	0.691	0,5	Valid
F10	0.809	0,5	Valid
F11	0.826	0,5	Valid
F12	0.790	0,5	Valid
F13	0.768	0,5	Valid
F14	0.750	0,5	Valid
F15	0.764	0,5	Valid
F16	0.738	0,5	Valid
F17	0.746	0,5	Valid
F18	0.758	0,5	Valid
F19	0.709	0,5	Valid
F20	0.721	0,5	Valid

Sumber : data olahan spss

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor setiap faktor menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa $r > 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya atau konsisten. Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan *reliable* atau tidak dengan metode *Cronbach Alpha* diatas 0,6

(Arikunto, 2013). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu *reliable* dapat diuji dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pernyataan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai mempunyai cronbach alpha (α) > 0,6 maka variabel tersebut dikatakan reliable sebaliknya cronbach alpha (α) < 0,6 maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
0.933	0,6	Reliabel

Sumber : data olahan spss

Berdasarkan tabel 3.4 terlihat hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan koefisien alpha yang cukup besar diatas 0,6, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dalam angket adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.7 Teknik analisis data

3.7.1 Analisis Faktor

Hasil tabulasi jawaban responden selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS. Analisis faktor merupakan model analisis dimana tidak adanya variabel bebas dan tergantung, analisa faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antarvariabel agar dapat mengidentifikasi semua dimensi atau semua faktor yang menyusunnya (Herdy, 2011).

Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan terhadap variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisa lebih lanjut. Santoso (2009) mengatakan Analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data tanpa kehilangan informasi penting dengan tahapan sebagai berikut :

1. Merumuskan Masalah

Dalam hal ini tujuan penggunaan analisis faktor harus dirumuskan. Melalui analisis faktor akan dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih kedai kopi *KEDAI PEYOX*.

Variabel-variabel dan data yang diperoleh dianalisis dengan rumusan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + A_{i4} F_4 + \dots + A_{im} F_m + V_i U_i$$

Dimana :

X_i = variabel terstandar ke-I

A_{il} = koefisien regresi dari variabel ke I pada faktor umum (*common factor*) I

V_i = koefisien standart regresi dari variabel I pada faktor khusus

F = Faktor Umum

U_i = Variabel khusus untuk variabel ke i

M = Jumlah common faktor

Faktor khusus dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Dimana:

F_i = Faktor ke I estimasi

W_i = Bobot faktor atau skor koefisien faktor X

K = Jumlah variable

2. Membuat Matriks Korelasi

Untuk menguji ketepatan model analisis faktor, maka dapat digunakan *Barlett's Test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi. Statistik lain yang digunakan adalah pengukuran kelayakan sampel *kaiser Meyer-Olkin* (KMO). Menurut Santoso (2009) Analisis faktor dianggap layak apabila besaran KMO minimal 0,5. Besaran lain yang dilihat adalah nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Besaran ini digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria $MSA > 0,5$.

3. Menentukan jumlah faktor

Variabel disusun kembali berawalkan korelasi hasil langkah butir b untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan berapa faktor yang bisa diterima dapat dilihat melalui besarnya *Eigen Value* setiap faktor yang timbul. Semakin besarnya *eigen value* setiap faktor semakin representatif faktor tersebut untuk bisa mewakili sekelompok variabel. Santoso (2009) mengatakan Faktor- faktor inti yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigen value* sama dengan atau lebih dari 1.

4. Rotasi Faktor

Hasil penyederhanan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan anatar faktor dengan variabel individu, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Dengan menggunakan rotasi faktor matrik, matrik faktor ditransformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana lagi sehingga mudah untuk diinterpretasikan.

5. Interpretasi Faktor

Interpretasi Faktor dapat dilaksanakan dengan mengelompokan variabel yang mempunyai faktor *loading* tinggi ke dalam faktor