

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis penelitian eksploratori. Penelitian eksploratori adalah salah satu pendekatan penelitian yang bisa digunakan untuk meneliti sesuatu (yang menarik perhatian) yang belum diketahui, belum dipahami, atau belum dikenali dengan baik (Timotius, 2017). Penelitian eksploratori bersifat mendasar dan memiliki tujuan untuk mendapatkan keterangan, informasi, data mengenai hal-hal yang belum diketahui. Penelitian eksploratori merupakan penelitian yang bertujuan untuk menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis (Febriani, 2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Warung Kopi Gaul, dengan menggunakan teknik sampel *purposive sampling*. Penelitian ini melakukan pengujian menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan program SPSS.

#### **3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di WARKOP GAUL yang beralamat di, Dsn. Kalangan, Ds. Keplak sari RT 01 RW 03, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Objek penelitian ini adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih WARKOP GAUL.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel independen (Variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiono, 2013).

Adapun identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Teman ( $F_1$ )

Yaitu pengaruh dari seseorang yang berada di lingkungan sekitar yang mempengaruhi untuk melakukan sesuatu atau tindakan.

2. Uang Saku ( $F_2$ )

Yaitu kemampuan daya beli yang sesuai dengan tingkat pendapatan, golongan/kalangan, dan keadaan ekonomi seseorang.

3. Lokasi Tempat ( $F_3$ )

Yaitu lokasi Warung Kopi Gaul yang strategis dan dekat dengan prasarana umum, dapat diakses berbagai macam kendaraan, dekat dengan tempat tinggal, mudah untuk ditemukan, tidak jauh dari tempat aktivitas sehari-hari yang berada di Kecamatan Peterongan.

4. Gaya Hidup ( $F_4$ )

Suatu kondisi dimana ekonomi berdampak pada gaya hidup yang menunjukkan tindakan dan perilaku pembeli dalam membentuk pola konsumsi seseorang.

5. Tempat Parkir ( $F_5$ )

Yaitu tempat yang disediakan oleh Warung Kopi Gaul untuk memarkir kendaraan bermotor yang dibawa pembeli.

6. Musik (F<sub>6</sub>)

Yaitu sebuah instrumen nada yang membuat suasana menjadi lebih nyaman.

7. Fasilitas WIFI (F<sub>7</sub>)

Yaitu sarana dan prasarana wifi untuk akses internet yang disediakan oleh Warung Kopi Gaul.

8. Keramahan Pelayan (F<sub>8</sub>)

Yaitu sikap murah senyum dan keakaraban yang diberikan kepada pengunjung.

9. Kebersihan Makanan dan Minuman (F<sub>9</sub>)

Yaitu kebersihan makanan dan minuman yang dijual di Warung Kopi Gaul.

10. Rasa Minuman (F<sub>10</sub>)

Yaitu rasa minuman yang disediakan oleh warung kopi gaul sesuai dengan selera para pembeli.

11. Fasilitas Stop Kontak (F<sub>11</sub>)

Yaitu sarana dan prasarana yang disediakan oleh Warung Kopi Gaul yang bisa digunakan untuk kepentingan bersama berupa stop kontak.

12. Kecepatan Pelayanan (F<sub>12</sub>)

Yaitu suatu tindakan cepat dan tanggap yang dilakukan oleh pelayan kepada pengunjung.

13. Tanggap dalam Pelayanan ( $F_{13}$ )

Yaitu respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan.

14. Porsi Makanan dan Minuman ( $F_{14}$ )

Yaitu ukuran makanan dan minuman yang diinginkan sesuai dengan keinginan konsumen.

15. Temperatur Makanan dan Minuman ( $F_{15}$ )

Yaitu keinginan konsumen dalam memilih makanan dan minuman berupa panas, hangat atau dingin.

16. Reabilitas Pelayanan ( $F_{16}$ )

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang diberikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

17. Kenyamanan Tempat ( $F_{17}$ )

Warung kopi gaul merupakan tempat yang nyaman dan dapat digunakan untuk melakukan kegiatan diskusi maupun ngobrol dengan orang lain.

18. Kebersihan Tempat ( $F_{18}$ )

Yaitu upaya menjaga kebersihan lingkungan yang dilakukan oleh Warung Kopi Gaul agar pembeli atau konsumen yang berkunjung bisa merasa nyaman.

19. Variasi Minuman ( $F_{19}$ )

Yaitu berbagai macam minuman yang disediakan oleh Warung Kopi Gaul.

20. Rasa makanan ( $F_{20}$ )

Yaitu rasa makanan yang disediakan oleh warung kopi gaul sesuai dengan selera pembeli.

### **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, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan WARKOP GAUL yang telah mengunjungi  $\geq 1$  kali yang jumlahnya tidak diketahui.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi. Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Arikunto, 2017).

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang didapat dari table 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 ( $\alpha$ ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96 \times 0,25)^2}{0,05}$$
$$= 96,64$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, 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 *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif (nurdin, 2019).

### 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, Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer, 2019). Dalam hal ini, peneliti menyebar angket penelitian terkait faktor-faktor yang

dipertimbangkan konsumen dalam memilih WARKOP GAUL sebagai obyek penelitian.

## 2. Data Sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, refrensi dan penelitian kepustakaan.

### 3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi pembeli Warung Kopi Gaul di Jombang adalah dengan menggunakan:

#### 1. Riset Lapangan

Penulis turun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Teknik yang digunakan adalah:

##### a. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung sehingga mendapatkan gambaran yang jelas tentang obyek yang diteliti. Peneliti melakukan observasi terhadap pembeli Warung Kopi Gaul di Jombang, untuk mencari informasi tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pembeli yang akan digunakan sebagai variabel penelitian.

##### b. Kuesioner

Adalah jawaban tertulis dari responden atas daftar kuesioner yang diajukan oleh penulis.

## 2. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku, literatur, dan jurnal-jurnal yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

### **3.7 Teknik analisis data**

#### 3.7.1. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan prosedur statistik untuk menguji generalisasi hasil penelitian atas satu variabel. Uji ini bergantung pada jenis data (nominal-ordinal-interval/rasio). (Sugiono, 2010)

#### 3.7.2 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, analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi semua dimensi atau semua faktor yang menyusunnya. 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 dilakukan untuk mengurangi dan meringkas data tanpa kehilangan informasi penting dengan tahapan sebagai berikut: (Santoso, 2018)

#### 1. Merumuskan masalah

Dalam hal ini tujuan penggunaan analisis faktor harus dirumuskan. Melalui analisis faktor akan dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih WARKOP GAUL.

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

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

Di mana:

$X_i$  = Variabel terstandar ke-1

$A_{il}$  = Koefisien regresi dari variabel ke 1 pada faktor umum (*common factor*) I

$V_i$  = Koefisien satandard 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 :

$F_i$  = Faktor ke  $i$  estimasi

$W_i$  = Bobot faktor atau skor koefisien faktor  $X$

$K$  = Jumlah variabel

## 2. Membuat matriks Korelasi

Untuk menguji ketepatan model analisis faktor, maka dapat digunakan *Bartlett's Test of Sphericity* yang di pakai 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 Adequency* (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 setiap 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 penyederhanaan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan antar faktor dengan variabel individu, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat 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

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