

## **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

| <b>Faktor</b>                       | <b>Butir Pernyataan</b>  |
|-------------------------------------|--|
| 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  $\geq 1$  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

$Z_{\alpha}$  : 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 ( $\alpha$ ) = 0,25. Tingkat kesalahan

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

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

$$= 96,04$$

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, refrensi 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

$\sigma_t^2$  = Varians total

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

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| <b>Cronbach Alpha</b> | <b>Koefisien Alpha</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------|------------------------|-------------------|
| 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 interdepedensi 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