

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mementingkan kedalaman data dan dapat merekam sebanyak-banyaknya dari populasi luas dengan rumus-rumus statistik maupun komputer. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif. Pendekatan deduktif merupakan pendekatan yang berasal dari persoalan umum (teori) ke hal yang khusus sehingga penelitian harus ada landasan teori (Masyhuri dan Asnawi, 2009:20)

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survei, yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik dengan pertanyaan ataupun pernyataan (Maholtra, 2009:196).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kosumen dalam memilih coffeeshop di Kota Malang dan penelitian ini dilakukan pada beberapa coffee shop atau kafe yang berada di Kota Malang yang sesuai dengan definisi atau kriteria coffee shop atau kafe yang dimaksud oleh peneliti yaitu coffee shop yang menjual kopi, teh serta minuman-minuman ringan yang lain dan bukan yang mengandung alkohol, Coffee shop yang mempunyai fasilitas-fasilitas hiburan

seperti : free hotspot, mini library, permainan-permainan kecil dll, coffee shop yang memiliki suasana nyaman berada didalam gedung atau bangunan bukan berada di pinggir jalan, *coffee shop* yang mempunyai konsep one stop shopping yang artinya adalah pengunjung bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan di satu tempat, selain pengunjung dapat bersantai dan refreshing pengunjung juga bisa melakukan aktifitas yang lain seperti mengerjakan tugas kantor, tugas kuliah dll dengan suasana yang berbeda.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah semua coffee shop di Kota Malang yang sesuai dengan kriteria *coffee shop* yang dimaksud oleh peneliti yaitu : *coffee shop* yang menjual kopi, teh serta minuman-minuman ringan yang lain dan bukan yang mengandung alkohol, *Coffee shop* yang mempunyai fasilitas-fasilitas hiburan seperti : *free hotspot*, *mini library*, permainan-permainan kecil dll, *coffee shop* yang memiliki suasana nyaman berada didalam gedung atau bangunan bukan berada di pinggir jalan, *coffee shop* yang mempunyai konsep *one stop shopping* yang artinya adalah pengunjung bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan di satu tempat, selain pengunjung dapat bersantai dan refreshing pengunjung juga bisa melakukan aktifitas yang lain seperti mengerjakan tugas kantor, tugas kuliah dll dengan suasana yang berbeda.

Sampel adalah kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi (Supranto, 2002;71). Sehubungan dengan banyaknya coffee shop di Kota Malang yang sesuai dengan kriteria yang dimaksud peneliti, maka untuk mewakilinya peneliti memilih *10 coffee shop* yang berada di Kota Malang.

Didalam penelitian ini, populasinya terbatas dimana hanya ditujukan untuk orang-orang yang berada di Kota Malang, Sehingga untuk dapat mewakili konsumen-konsumen yang berada dalam wilayah tersebut diatas maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden dari pengunjung *Coffee shop* yang datang ke *coffee shop*, Sampel disebar ke *10 coffee shop* dan berjumlah masing masing sebanyak 10 orang tiap-tiap *coffee shop* dengan menggunakan metode kuesioner.

3.4. Teknik Pengambilan sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple random sampling atau sample acak sederhana yaitu: sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

3.5 Data dan Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam hal ini berkaitan dengan penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan

yang diajukan peneliti kepada konsumen tentang saat memutuskan untuk memilih *coffee shop* di Kota Malang

Jenis data yang diperoleh:

1. Data primer yaitu: data yang diperoleh langsung dari responden yang diambil sebagai sample penelitian.
2. Data sekunder yaitu: data yang diperoleh tidak secara langsung oleh peneliti, misalnya: kantor statistic majalah dan sumber-sumber lain.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian tentang Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *coffee shop* di Kota Malang ini adalah dengan menggunakan:

3. Riset lapangan.

Peneliti turun langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Teknik yang dipergunakan adalah:

- Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang obyek yang akan diteliti.

- Wawancara

Dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak-pihak tertentu untuk mendapatkan data dan keterangan tentang hal yang diteliti.

- Kuesioner (angket)

Adalah: jawaban tertulis dari responden atas daftar kuesioner yang diajukan oleh peneliti. diberikan kepada responden yang datang ke *coffee shop*. Kuesioner ini menggunakan skala likert yaitu dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden untuk memperoleh data berupa jawaban yang akan dianalisis. Skala Likert merupakan skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Dalam kuesioner ini digunakan skala 4 tingkat likert yang terdiri dari:

Sangat Setuju = 4

Setuju = 3

Kurang Setuju = 2

Tidak Setuju = 1

2. Data Kepustakaan

Adalah: dengan mempelajari berbagai macam literature, jurnal, buku, majalah, dan semua sumber yang memungkinkan dan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *Coffee shop* di Kota Malang.

3.7. Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel dependen:

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2012;61). Yang menjadi variabel dependen adalah keputusan konsumen dalam memilih coffee shop (Y), dengan indikator sebagai berikut :

- a. Terpenuhinya harapan konsumen.
- b. Konsumen menjadi loyal terhadap coffee shop yang dipilih.
- c. Konsumen sudi untuk berlama-lama menghabiskan waktu di coffee shop.

3.7.2 Variable independent:

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012;61)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang mewakili faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam

memilih coffeeshop di Kota Malang, Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi (X1)

Lokasi adalah letak geografis secara detail sebuah coffee shop yang ada di Kota Malang.

Indikator dari lokasi antara lain:

- a. Berada di daerah yang mudah terlihat.
- b. Berada di tempat yang dekat dengan tempat konsumen.
- c. Akses jalan menuju lokasi bisa ditempuh dengan mudah.

2. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang di *coffee shop* yang ada di Kota Malang. Barang yang dimaksud adalah menu makanan.

Indikator dari harga antara lain:

- a. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk
- b. Perbandingan harga dengan harga produk yang lain dan sejenis
- c. Kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat.

3. Suasana (X3)

Suasana cafe merupakan salah satu faktor yang dimiliki sebuah coffee shop yang bertujuan untuk menunjukkan kesan tertentu kepada konsumen.

Indikator dari suasana antara lain:

- a. Memberikan rasa nyaman kepada konsumen.
- b. Memiliki desain interior dan eksterior yang berkarakter.
- c. Memberikan atmosfer tertentu kepada konsumen.

4. Fasilitas (X4)

Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada pada sebuah coffee shop untuk dimanfaatkan konsumen.

Indikator kualitas pelayanan antara lain:

- a. Kelengkapan fasilitas sesuai tema coffee shop.
 - b. Kebersihan terjaga.
 - c. Fasilitas yang ditawarkan bisa digunakan oleh semua konsumen.
5. Menu makanan (X5)

Menu makanan adalah produk sebuah coffee shop yang pertama kali ditawarkan kepada setiap konsumen.

Indikator menu makanan antara lain:

- a. Sesuai dengan selera konsumen.
- b. Menyajikan menu makanan yang unik.
- c. Menu yang ditawarkan bervariasi.

3.8. Instrumen dan Analisis Data

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah kuesioner. Diberikan kepada pelanggan yang datang pada beberapa coffeeshop yang ada di Kota Malang

3.8.1. Uji Instrumen

3.8.1.1. Uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument dianggap

valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variable yang diteliti (Simamora, 2002;58-59).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program statistik berupa SPSS 11.5 for windows (system komputerisasi). Dilakukan dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r hitung) dengan r table.

3.8.1.2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama (Simamora, 2002;63). Dalam penelitian ini dalam mencari tingkat reliabilitasnya digunakan bantuan program statistik SPSS 11.5 for Windows.

3.8.1.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 16,00. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh faktor lokasi, harga, suasana,

fasilitas dan menu makanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih sebuah café untuk dikunjungi.

Menurut Rangkuty (1997 : 23-25) formulasi regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian	b0 = Konstanta
X1 = Lokasi	b1-b3 = Koefisien Regresi
X2 = Harga	e = Standar <i>error</i>
X3 = Suasana	
X4 = Fasilitas	
X5 = Menu Makanan	

Teknik analisis yang digunakan sesuai model di atas adalah regresi berganda dimana nilai dari variabel dependen (keputusan pembelian) dapat diperoleh dari hasil survey yang perhitungannya akan menggunakan skala *Likert*. Menurut Kinnear (1998) dalam Husein Umar (2003 : 137), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap/persepsi seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik.