

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sujarweni (2019) jenis penelitian dapat di klasifikasikan dalam berbagai berbagai sudut pandang. Dapat dilihat dari sudut pandang jenis dan analisis data, berdasarkan tujuan, berdasarkan metode, berdasarkan tingkat eksplansi dan pendekatannya. Penelitian ini berjenis Kuantitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat di capai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian-perhatian pada gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif* dengan pendekatan kuantitatif. Metode *deskriptif* merupakan suatu penelitian yang menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi (Sujarweni,2019) Sumber data primer dalam penelitian ini berupa hasil penyebaran kuesioner pada responden masyarakat Bandar Lampung yang mengunjungi dan mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sanusi (2017) cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tulisan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memberikan

informasi sesuai dengan yang diperlukan agar dapat menjelaskan masalah-masalah yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapat data. Adapun teknik pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner tertutup. Menurut Sujarweni (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini terdapat pernyataan yang logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai hipotesa.

Metode pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala Gutman. Menurut Sujarweni (2019) skala gutman adalah skala pengukuran untuk memperoleh jawaban yang tegas diantaranya ‘Ya’ dan ‘Tidak’. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi (dua alternatif). Pada kuesioner ini pemberian skor jika responden menjawab dengan ‘Ya’ maka diberi skor 1 dan jika responden menjawab ‘Tidak’ maka diberi skor 0.

Pernyataan	Kode	Skor
Apa anada menyukai kopi janji jiwa	Ya	1
Apa anada menyukai kopi janji jiwa	Tidak	0

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sujarweni (2019) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen Kopi Janji Jiwa di Bandar Lampung tahun 2019 yang jumlahnya tidak diperoleh secara pasti.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut (Sujarweni 2019). Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposivesampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Berusia 17 tahun dan berdomisili di Bandar Lampung
2	Sudah pernah membeli kopi janji jiwa sebanyak 3 kali dengan alasan karena pelanggan sudah memahami kopi Janji Jiwa

Jumlah responden dalam penelitian ini merujuk pada Hair et al (2010) dalam (sutrisno (2018) yang mengatakan bahwa jumlah responden adalah 10 X jumlah indikator. Berdasarkan rumus tersebut didapat bahwa jumlah responden minimal dalam penelitian ini adalah 11 instrumen X 10 = 110 responden.

3.6 Variabel Penelitian

Variable penelitian menurut (sujarweni (2019) suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami sehingga memperoleh informasi terkait penelitiannya dan kemudia ditarik kesimpulan.

3.6.1 Variabel Dependen

Menurut Sujarweni (2019) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variable bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

3.6.2 Variabel Independen

Menurut Sujarweni (2019) variable independen merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam peneliyian ini adalah harga (X1), citra rasa (X2), variasi produk (X3), viral marketing (X4), citra rasa (X5), kemasan produk (X6), lokasi (X7), pelayanan (X8), suasana toko (X9), promosi (X10), dan *variety seeking* (X11).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sujarweni (2019) definisi oprasional adalah variable penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Definisi operasional	skala
1	Harga	Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak	Harga yang ditetapkan oleh janji jiwa sangat menyesuaikan dengan keuangan konsumennya	Cochran's Q test

		kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.(Tjiptono (2005).		
2	Citra Merek	Menurut Kotler dan Keller (2009) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar selogan dan tertanam dibenak konsumennya.	Merek Janji Jiwa tersebut sangat diingat dalam benak konsumen sejak pertama kali konsumen mengenal merek tersebut	Cochran's Q test
3	Variasi produk	Menurut Philip Kotler (2009), variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran,harga,	Pada kopi Janji jiwa tersebut menciptakan produk yang berbeda / bervariasi. Dari tingkat harga sampai dengan rasa nya.	Cochran's Q test

		penampilan atau cirri-ciri.		
4	<i>Viral marketing</i>	Menurut Hamdani & Muhamad (2018) <i>Viral Marketing</i> adalah suatu teknik pemasaran dengan memanfaatkan jaringan social untuk mencapai suatu tujuan pemasaran tertentu yang dilakukan melalui proses komunikasi yang secara berantai memperbanyak diri.	Janji jiwa ini memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya sehingga banyak masyarakat yang mengenal kopi tersebut.	Cochran's Q test
5	Cita Rasa	Drummond (2010), Cita rasa adalah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu.	Pada Kopi Janji Jiwa konsumen bisa membedakan jenis minumannya dari segi rasa dan bau dari kopi tersebut.	Cochran's Q test
6	Kemasan Produk	Kotler & Amstrong (2012) mendefinisikan	Kemasan produk pada kopi janji jiwa ini dibuat sedemikian	Cochran's Q test

		<p>Packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Pentingnya kemasan produk yaitu untuk memberikan informasi dan menjadi daya tarik bagi pelanggan.</p>	<p>rupa agar bisa menarik konsumen untuuk membeli dan mencoba kopi tersebut.</p>	
7	Lokasi	<p>Menurut Lamb (2001) (dalam Puspa, dkk,2017) pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut</p>	<p>Lokasi kedai janji jiwa ini sangat strategis, dimana banyak orang yang mengetahui tempatnya dan mudah untuk mendapatkannya.</p>	<p>Cochran’s Q test</p>

		telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang.		
8	Pelayanan	Menurut Kotler (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	Pelayanan di kedai kopi janji jiwa ini sangat bagus. Cara mereka melayani konsumen begitu ramah sehingga konsumen selalu datang untuk membeli kopi tersebut.	Cochran's Q test
9	Suasana Toko	Atmosfer toko menurut Kotler dan Keller (2007) Didefinisikan sebagai unsur lain yang dimiliki oleh setiap toko dan berfungsi untuk mempertahankan dan pembeda toko, meliputi: Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Displays.	Kedai janji jiwa ini membuat toko nya nyaman mungkin untuk para pengunjung yang ingin menikmati kopi di store nya langsung.	Cochran's Q test

10	Promosi	Menurut Lupiyoadi (2006) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.	Kedai kopi janji jiwa ini selalu melakukan promosi melalui media online untuk bertujuan agar banyak kalangan anak muda yang mengetahui kedai tersebut dan memberikan promosi yang menarik.	Cochran's Q test
11	<i>Variety Seeking</i>	Menurut Sulistiyani (2006), minat perpindahan merek dapat muncul karena adanya perilaku variety seeking atau perilaku mencari variasi konsumen.	Janji jiwa selalu memberikan yang terbaik agar konsumen tidak berpindah ke merek yang lain.	Cochran's Q test

		Dalam hal ini konsumen hanya mengaktifkan tahap kognitifnya dapat dihipotesiskan sebagai konsumen yang paling rentan terhadap minat perpindahan merek karena adanya rangsangan pemasaran		
--	--	--	--	--

3.8 Uji persyaratan Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sanusi (2017) validitas adalah suatu alat pengukur yang mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep. Uji validitas dilakukan terhadap instrumen penelitian, yaitu butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Semakin tinggi nilai validitas suatu tes, maka semakin akurat penggunaan kuesioner tersebut. Hubungan antara suatu pengukuran dengan suatu kriteria digambarkan dengan nilai korelasi yang disebut dengan koefisien korelasi (r). Kriteria suatu alat ukur dapat disebut valid adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikan 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikan korelasi 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *korelasi produk moment* dengan kriteria 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} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Kriteria pengujian :

- a) H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
- b) H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 H_a : apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
- c) pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 20
- d) Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.8.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan atau alat pengukuran dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat ukur tersebut. Menurut Sugiono (2014) hasil penelitian yang reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 20.

Tabel 3.1 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2014)

Kriteria pengujian:

- a) H_0 : data reliabel
 H_a : data tidak reliabel
- b) H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel
 H_a : apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel
- c) Pengujian Reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 20
- d) Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau sebaliknya.

Adapun kaidah pengambilan keputusan reabilitas sebagai berikut :

- a. Jika reabilitas Cromba Alpha $> 0,6$ maka item pertanyaan variabel tersebut reliabel.
- b. Jika reabilitas Crombach Alpha $< 0,6$ maka item pertanyaan variabel tersebut bersetatus tidak reliabel.

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Sujarweni (2019) metode analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengelola data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

3.11 Metode Cochran Q Test

Menurut Rangkuti (2013) Cochran Q test digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan dan kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variabel yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama. Dengan demikian alat analisis dapat digunakan untuk mengetahui faktor- faktor dominan yang berhubungan pada keputusan pembelian di kedai Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. Metode ini dipergunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal ataupun ordinal.

Berikut rumus Cochran Q Test adalah

$$Q = \frac{(k-1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

Dimana :

K = Jumlah Variabel

n = Jumlah Sampel

C_j = Total Responden pada j Variabel (kolom)

R_i = Total Responden pada i Pengamatan (baris)

Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini seperti yang tertuang dalam definisi oprasional terdiri dari 11 faktor yaitu: harga, citra merek, variasi produk, *viral marketing*, cita rasa, kemasan produk, lokasi, pelayanan, suasana toko, promosi, *variety seeking*. Dari rumusan tersebut dilakukan perhitungan dengan cara menghitung total (R_i) dan total baris (R_i²). Begitu juga kolom pangkat 2 (C_i²) , nilai-nilai ini selanjutnya dengan menggunakan rumus *Cochran Q Test*, kita dapat melakukan pengujian faktor-faktor di atas. Pengujian faktor- faktor tersebut dilakukan secara bertahap yaitu mulai dari 11 faktor-faktor sampai ke keputusan pembelian yang menunjukkan hasil dari faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi keputusan pembelian di kedai kopi janji jiwa Bandar lampung yang dipilih responden.