

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Ahyar (2020) penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena. Berdasarkan pengertian di atas fenomena dalam penelitian yang akan diteliti adalah analisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Nuju Coffe HQ

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Ahyar (2020) data primer adalah data diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah membeli Nuju Coffe HQ. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey. Sugiyono (2015) Metode survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan kuesioner kepada konsumen yang telah membeli Nuju Coffe HQ melalui *googleform* dan *QR*. Dalam kuesioner ini menggunakan skala guttman dengan pilihan jawaban YA dan Tidak. Bobot nilai yang diberikan untuk setiap jawaban pernyataan.

1. Jawaban Ya mendapat nilai 1
2. Jawaban Tidak mendapat nilai 0

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli di Nuju Coffe HQ.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang telah membeli di Nuju Coffe HQ. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Ahyar, 2020), dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al (2010) adalah dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah pernyataan dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 20. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Total pernyataan} \times \text{Derajat kepercayaan} \\ &= 20 \times 10 \\ &= 200 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 200 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian ini menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Nuju Coffe HQ,

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

| Faktor | Definisi Operasional | Faktor | Definisi Operasional |
|---------------------------------------|--|---|--|
| Promosi media sosial | Promosi yang dilakukan Nuju Coffe HQ di media sosial | Gaya hidup | Pola hidup konsumen Nuju Coffe HQ |
| Pelayanan yang ramah | Tingkat keramahan karyawan Nuju Coffe HQ dalam melayani konsumen | Lahan parkir yang luas | Kebutuhan lahan parkir bagi konsumen Nuju Coffe HQ |
| Potongan harga | Besaran potongan harga yang diberikan Nuju Coffe HQ kepada konsumen | Ruangan yang nyaman | Tingkat kenyamanan karyawan Nuju Coffe HQ dalam melayani konsumen |
| Harga terjangkau | Penetapan harga kopi yang ditawarkan Nuju Coffe HQ kepada konsumen | Fasilitas yang memadai | Banyaknya fasilitas yang ditawarkan Nuju Coffe HQ kepada konsumen |
| Kemudahan pembayaran | Pilihan transaksi pembayaran konsumen pada Nuju Coffe HQ | <i>Trend coffe shop</i> yang berkembang | Kecendrungan konsumen untuk mengikuti segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperhatikan khususnya <i>coffe shop</i> |
| Ruangan yang bersih | Tingkat kebersihan karyawan Nuju Coffe HQ dalam melayani konsumen | Informasi produk | Kelengkapan informasi produk yang didapat konsumen terkait produk Nuju Coffe HQ |
| Pelayanan yang cepat | Tingkat kecepatan karyawan Nuju Coffe HQ dalam melayani konsumen | Varian minuman kopi yang lengkap | Banyaknya pilihan minuman kopi Nuju Coffe HQ |
| Lokasi yang strategis | Kemudahan konsumen dalam berkunjung ke Nuju Coffe HQ | Bahan produk yang higienis | Tingkat kehygienisan bahan yang digunakan Nuju Coffe HQ |
| <i>Cashback</i> | Besaran Cashback yang ditawarkan di setiap pembelian Nuju Coffe HQ kepada konsumen | Kualitas produk yang terjamin | Sejauh mana kemampuan produk Nuju Coffe HQ dalam meyakinkan konsumen |
| Tema <i>coffe shop</i> yang aesthetic | Tema <i>coffe shop</i> yang ditawarkan Nuju Coffe HQ kepada konsumen | Kemasan yang menarik | Tingkat keunikan dari kemasana produk Nuju Coffe HQ |

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam

penelitian, prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach., selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3 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 (2015)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Cochran Q Test

Artaya (2018) menyatakan bahwa Uji Cochran adalah uji untuk mengukur / menilai apakah tiga skor berpasangan satu sama lain bersifat nyata (signifikan) baik berada di satu area secara bersamaan atau di area yang berlainan/terpisah, jenis data dari uji ini berasal dari sampel yang pengukurannya bersifat dikotomi (berpisah-dua), misal: sukses dan gagal, ya dan tidak, puas dan tidak puas, cepat dan lambat. Metode *Cochran Q Test* digunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal maupun ordinal. Dengan demikian alat analisis data menggunakan metode *Cochran Q Test* yaitu digunakan untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang berhubungan pada analisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Nuju Coffe HQ, Berikut ini Rumus dari *Cochran Q Test*:

$$Q = \frac{(k-1)[k \sum_i^k C_i^2 - (\sum_i^k C_i)^2]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2}$$

Keterangan:

R_i = Jumlah baris jawaban

“YA” C_j = Jumlah kolom jawaban

“YA” N = Jumlah responden baris

C = Jumlah Variabel (kolom)

Q = *Critical value*

3.8.2 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀ = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

H_a = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian :

Jika Q hitung > dari X² tabel/Sig < Alpha (0,05), maka H₀ : ditolak

Jika Q hitung < dari X² tabel/Sig > Alpha (0,05), maka H₀ : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis