

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dan Informan Penelitian kualitatif menurut Bungin B (2007:76) adalah objek penelitian dan fokus penelitiannya, yaitu pada apa yang menjadi sasaran. Sasaran penelitian tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian. Objek penelitian merupakan hal yang patut untuk direncanakan sebelum memulai penelitian. Untuk mengetahui apakah objek penelitian sesuai dengan topik penelitian. Karena itu peneliti memilih Badranaya Cikopi Nadjong terletak di Jl. Aceh 40 Kota Bandung sebagai objek penelitian dan pemilik usaha sebagai informan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Sugiyono (2017:2) berpendapat bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. (Sugiyono 2017:7)

3.3 Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2017:38) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Secara teoritis variabel dapat dikatakan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981). Pada Sugiyono (2011:38) Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Analisis	Sumber
Aspek Pemasaran (Umar (2001:26))	<p>1. Sesuatu proses sosial dan manajerial dengan nama individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. (Purwana & Hidayat, 2016:70) Aspek Pemasaran</p>	<p>1. Strategi Bauran pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk • Harga • Distribusi • Promosi • Orang • Bukti fisik • Proses 	<p>Bauran Pemasaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Rasa • Kesegaran produk • Kebersihan produk • Keberagaman produk • Packaging 2. Harga <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan pelayanan • Kesesuaian harga dengan citarasa • Perbandingan harga dengan pesaing 3. Tempat <ul style="list-style-type: none"> • Akses • Visibilitas (lokasi outlet) • Lalu lintas/traffic (peluang terjadinya impulse buying & hambatan) 4. Promosi <ul style="list-style-type: none"> • Promosi media online • Promosi media cetak • discount 5. Orang <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan 	<p>Kuisisioner yang diisi oleh Pelanggan (pemasaran)</p>

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Analisis	Sumber
			pada konsumen <ul style="list-style-type: none"> • Kerapihan dan kebersihan pelayan 6. Physical evidence <ul style="list-style-type: none"> • Design bangunan • Fasilitas 7. Proses <ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan pembuatan produk • Kecepatan proses pemesanan hingga penyajian • Kecepatan proses pembayaran 	

Sumber: Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, (2016)
 Johan Siswanto (2011)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono (2017:80)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen yang datang, dan membeli produk di Badranaya Cikopi Nadjong. Jumlah populasi di Badranaya Cikopi Nadjong selama tahun 2016 adalah sebanyak 10.950 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak dapat memelajari semuanya, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Jumlah populasi di Badranaya Cikopi Nadjong selama tahun 2016 adalah sebanyak 10.950 orang, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Kelonggaran ketidak telitian kesalahan sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 10% atau 0,1. Sampel yang diambil dalam penelitian:

$$n = 10.950/[1+10.950 (0,1)^2]$$

$$n = 99 \text{ (di bulatkan menjadi 100)}$$

Jadi sampel yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data aspek pemasaran pada Badranaya Cikopi Nadjong sebanyak seratus (100) orang.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data ialah pencatatan peristiwa, keterangan, informasi atau hal-hal yang menunjang atau mendukung penelitian.

Untuk membantu pengolahan data, peneliti menggunakan teknik pengolahan data sebga berikut:

1. Wawancara

Menurut Setyadin (dalam Gunawan, 2013:160), wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.

Sumber informan merupakan owner Badranaya Cikopi Nadjong yaitu Bapak Fuad. Dalam hal ini peneliti mewawancarai sumber informan untuk mengetahui sejarah berdirinya usaha, perkembangan usaha yang dijalankan, kendala yang menghambat usaha, lalu menurut sumber informan aspek pasar dan pemasaran dan sumber daya manusia yang menjadi bahan yang cocok untuk penelitian peneliti.

2. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2017:145), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses

biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

Observasi dilakukan dengan mengamati persiapan operasional, proses operasional dan pelayanan saat jam operasional berlangsung, standar operasi secara keseluruhan, peralatan yang digunakan dan fungsi peralatan yang ada dalam kurun waktu yang dibutuhkan oleh peneliti.

3. Kuisisioner

Menurut sugiyono (2017:142), angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan menurut Kusuma (2011, hal. 78) kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuisisioner ada dua macam, yaitu: kuisisioner yang berstruktur atau bentuk tertutup dan kuisisioner tidak berstruktur atau bentuk terbuka. Kuisisioner tertutup berisikan pertanyaan yang disertai dengan pilihan jawaban. Kuisisioner terbuka berisi pertanyaan yang tidak disertai dengan jawaban.

4. Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

a. Jenis dan Sumber Data

Data primer menurut Umi Narimawati (2008:98) Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk apapun. Data ini harus dicari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Data sekunder menurut Uma Sekaran, (2011) ialah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya.

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adadalah data primer. Data primer diperoleh dari wawancara, observasi, kuisisioner dan studi dokumentasi.

TABEL 3.2
SUMBER DATA PRIMER

No	Jenis Data	Sember Data
1	Data wawancara mengenai aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis	Owner Badranaya Cikopi Nadjong
2	Data kuisisioner mengenai pengetahuan konsumen tentang Badranaya Cikopi Nadjong	Konsumen Badranaya Cikopi Nadjong

Sumber: Data olahan peneliti

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian, keabsahan suatu instrumen penelitian penting dalam memastikan bahwa data yang diambil dapat dinyatakan valid atau tidak. Hasil penelitian yang valid yaitu bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono 2012:348). Dalam uji validitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 23 *for Windows*. Keputusan pengujian validitas item instrumen sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

3. Berdasarkan angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ($DF = n-2$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3061
4. Menghitung validitas alat ukur, rumus yang digunakan adalah rumus *Pearson Product Moment* dalam SPSS 22 for Windows.

Tabel 3.3
Uji Validitas Kuesioner ke 30 Responden Badranaya Cikopi Nadjong
Mengenai Studi Kelayakan Bisnis Aspek Pemasaran Badranaya Cikopi
Nadjong

Promosi				
NO	Pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
Kualitas Produk				
1	Citarasa Produk yang ditawarkan	0,3061	0,800	Valid
2	kesegaran produk yang ditawarkan	0,3061	0,739	Valid
3	Kebersihan produk yang ditawarkan	0,3061	0,739	Valid
4	Jenis produk yang ditawarkan	0,3061	0,732	Valid
5	Kemasan/ penyajian produk yang ditawarkan	0,3061	0,691	Valid
Harga				
6	Keterjangkauan harga	0,3061	0,706	Valid
7	Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan	0,3061	0,801	Valid
8	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa	0,3061	0,670	Valid
9	Harga yang ditawarkan lebih murah dengan <i>cafe</i> lain	0,3061	0,749	Valid
Lokasi				
10	Lokasi kedai kopi mudah diakses	0,3061	0,645	Valid
11	Lokasi kedai kopi mudah terlihat	0,3061	0,739	Valid
12	Lokasi kedai kopi mudah dijangkau dengan kendaraan umum	0,3061	0,669	Valid
Promosi				
13	Promosi melalui media online	0,3061	0,625	Valid

14	Promosi melalui media cetak	0,3061	0,394	Valid
15	Sering melakukan potongan harga	0,3061	0,344	Valid
Karyawan				
16	Pelayanan kepada konsumen	0,3061	0,848	Valid
17	Kerapihan dan kebersihan pelayan	0,3061	0,801	Valid
Bukti Fisik				
18	Kemenarikan konsep design interior tata ruang dan ekterior	0,3061	0,697	Valid
19	Memiliki sarana pendukung (wifi, tempatparkir, toilet, dan lain-lain)	0,3061	0,669	Valid
Proses				
20	Kecepatan proses pembuatan produk	0,3061	0,815	Valid
21	Kecepatan proses pemesanan hingga dihidangkan	0,3061	0,808	Valid
22	Kecepatan proses pembayaran	0,3061	0,528	Valid

Hasil pengolahan data yang terdapat padatable 3.2 menunjukkan bahwa item pertanyaan pada setiap variabel didalam angket dikatakan valid dengan ketentuan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Suharismi Arikunto (2013:221) berpendapat bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya adalah dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Maka jika datanya memang benar maka walau berapakali diambil hasilnya akan tetap sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan.

Penghitungan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 22 for Windows dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.
3. Berdasarkan angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan ($DF = n-2$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3061
4. Menghitung Reliabilitas alat ukur, rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach's Alpha* dalam SPSS 22 for Windows

Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	23

Jika nilai alpha $> 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha $> 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Ada pula yang memaknakannya sebagai berikut:

- Jika alpha $> 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- Jika alpha antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi
- Jika alpha antara $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat
- Jika alpha $< 0,50$ maka reliabilitas rendah

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.4, menunjukkan *Cronbach's* mendapat nilai 0,774 dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji reliabilitas pada table 3.4 memiliki hasil reliabilitas yang tinggi

3.7 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Badranaya Cikopi Nadjong yang berada di jalan Aceh kota Bandung dan Badranaya Cikopi Nadjong belum memiliki cabang dimanapun. Badranaya merupakan kedai kopi yang terletak di Jalan Aceh dan sudah beroperasi dari tahun 2015. Peneliti memilih Badranaya Cikopi Nadjong menjadi objek penelitian karena Badranaya Cikopi Nadjong adalah kedai kopi yang di miliki oleh senior peneliti ketika SMK dan juga Badranaya Cikopi Nadjong memiliki potensi bisnis yang besar.

3.8 Teknis Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, Siregar (2012: 213) berpendapat bahwa analisis data kualitatif adalah segala sesuatu yang akan dicari dari obyek penelitian belum jelas dan pasti masalahnya, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas. Rancangan penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki obyek penelitian. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui bagaimana karakteristik dari Badranaya Cikopi Nadjong jika disajikan pada aspek-aspek non finansial dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, bagan, ataupun gambar untuk mempermudah pemahaman. Data kualitatif dilakukan untuk mengetahui bagaimana Badranaya Cikopi Nadjong jika dilihat dari aspek-aspek studi kelayakan bisnis. Dalam penelitian ini terdapat empat aspek yang akan dikaji, diantaranya:

Tabel 3.5

Teknik Analisis Data Badranaya Cikopi Nadjong Bandung

No	Aspek	Tahapan	Sub Tahapan
1	Aspek Pemasaran	Bauran Pemasaran	1. Produk (<i>Product</i>) 2. Harga (<i>Price</i>) 3. Tempat/distribusi (<i>Place</i>) 4. Promosi (<i>Promotion</i>) 5. Orang (<i>People</i>) 6. Sarana fisik (<i>Physical evidence</i>) 7. Proses (<i>process</i>)

3.9 Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data dan keterangan yang lengkap dari objek yang akan diteliti, maka langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Meneliti data, yaitu melihat atau memeriksa kembali dalam kesempurnaan dan jelas mengenai benar dan tidaknya penelitian data.
2. Mengolah data statistik menggunakan kalkulator dan laptop dan aplikasi Microsoft Excel 2007
3. Menguji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 22 *for Windows* dan Microsoft Excel 2007
4. Menarik kesimpulan dan saran dalam penelitian yang dilakukan.

Hasil tersebut kemudian dikaitkan dengan tujuan penelitian yang diajukan. Hasil dari semua tahapan ini adalah ke simpulan dari penelitian yang dilakukan.