

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah sebuah sasaran dari penelitian yang dilaksanakan. Nazir (2005) menyampaikan bahwa metode penelitian adalah suatu penelitian yang dilakukan secara prosedural dengan menggunakan alat secara berurutan. Objek dalam penelitian ini adalah Contrast Coffee Bandung.

Yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan aspek – aspek dalam evaluasi kelayakan bisnis yang dapat mempengaruhi penurunan omzet dari Contrast Coffee Bandung yang yaitu aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, dan manajemen dan sumber daya manusia sebagai subjek penelitian. Mengenai waktu penelitian, waktu penelitian dilakukan dari bulan Januari 2020 sampai periode waktu data yang dikumpulkan.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian harus dilakukan secara bertahap, dimulai dari menentukan topik, mengumpulkan data, hingga data tersebut dianalisis dan mendapatkan suatu pengertian atas topik dan isu tersebut. Ini dilakukan secara bertahap karena terdapat langkah – langkah yang telah ditentukan sehingga sebelum masuk ke langkah selanjutnya terdapat langkah yang perlu dilalui terlebih dahulu (Semiawan, 2010)

Berdasarkan teori terdapat dua macam metode penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Bodgan dan Taylor dalam Semiawan (2010) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa data deskriptif baik berupa kata – kata ataupun perilaku yang kita amati dan data yang diterima. Sedangkan data kuantitatif adalah penelitian yang ditekankan terhadap pengujian teori – teori dan variabel penelitiannya diukur dengan angka dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan prosedur statistik.

Penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian deskriptif dengan metode penelitian gabungan (*Mixed Method*) yang menggunakan strategi transformatif sekuensial. Menurut Indrawan dan Yaniawati (2014) *mixed method* adalah metode yang menggabungkan berbagai metode, filosofi, dan orientasi desain penelitian. Metode tersebut merupakan proses penggabungan data dari dua tahap yang dilakukan dalam pengumpulan data. Penggunaan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket dan untuk metode kualitatif dilakukan dengan wawancara dan observasi kemudian didukung dengan hasil dokumentasi dengan penjabaran secara deskriptif.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala hal yang dapat peneliti tetapkan untuk dipelajari lebih lanjut dan dapat diambil kesimpulan pada akhir penelitian. Sugiyono (2017) menyatakan variabel dalam suatu penelitian merupakan karakteristik suatu objek, kegiatan, atau orang yang bervariasi yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, dipelajari, dan diambil kesimpulannya.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
Aspek Pemasaran (Bauran pemasaran 7P)	Suatu aspek yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dijangkau oleh usaha atau	1. Produk Produk yaitu semua aspek yang meliputi kualitas, desain, kegunaan, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, dan garansi (Situmorang, 2007)	Rasa dan kualitas produk Contrast Coffee	Kuesioner Terhadap Pelanggan
			Porsi dari produk Contrast Coffee	
			Tampilan / packaging produk Contrast Coffee	

bisnis yang akan atau sedang dijalani, struktur dan peluang pasar yang ada, dan untuk menganalisis strategi pemasaran yang akan dilakukan di kemudian hari (Kasmir dan Jakfar, 2004)		Kebersihan produk Contrast Coffee		
		Keberagaman produk Contrast Coffee		
	2. Harga Terkadang harga digunakan sebagai indikator kualitas, jika harga mahal konsumen berharap diimbangi dengan kualitas yang baik. (Situmorang, 2007)		Kesesuaian harga dengan kualitas produk Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Kesesuaian harga dengan porsi produk Contrast Coffee	
			Kesesuaian harga dengan pelayanan Contrast Coffee	
			Perbandingan harga dengan Coffee Shop Lain	
	3. Promosi Tujuan promosi yaitu menginformasikan segala produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen baru (Suliyanto, 2010)		Promosi melalui sosial media oleh Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Promosi melalui <i>Multi-Service Platform</i> (Go-Food, Grab Food, dll) oleh Contrast Coffee	
			Pemberian diskon atau promo oleh Contrast Coffee	
	4. Tempat Tempat adalah bertujuan untuk membuat produk yang diinginkan konsumen dengan mudah dan diperoleh dengan waktu yang tepat		Letak lokasi Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Kemudahan transportasi umum di sekitar Contrast Coffee	

		(Suliyanto, 2010)		
		5. Orang Merupakan semua orang yang terlibat dalam bisnis tersebut seperti pimpinan perusahaan, karyawan, pelanggan, dan pesaing (Situmorang, 2007)	Keramahan pelayanan karyawan Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Pengetahuan karyawan Contrast Coffee terhadap produk	
			Ketanggapan karyawan Contrast Coffee dalam melayani kritik dan saran	
			Profesionalisme karyawan Contrast Coffee	
		6. Proses Proses adalah keseluruhan prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa (Hurriyati, 2010)	Kecepatan proses pemesanan sampai penyajian di Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Kemudahan proses pembayaran di Contrast Coffee	
			Kecepatan proses pembuatan produk di Contrast Coffee	
		7. Bukti Fisik Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat di mana pelanggan berinteraksi, serta ditambah elemen <i>tangible</i> yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut. (Ratnasari & Aksa, 2011)	Desain bangunan Contrast Coffee	Kuesioner terhadap pelanggan
			Fasilitas yang disediakan Contrast Coffee	
			Petunjuk / Sign Board lokasi dan fasilitas di Contrast Coffee	

Aspek Teknis dan Teknologi	Aspek teknis dan teknologi yaitu operasi untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi, layout, serta kesiagaan mesin (Kasmir & Jakfar, 2012)	Layout Contrast Coffee	Tata letak / layout dari Contrast Coffee	Observasi dan wawancara pemilik
		Penggunaan teknologi dan kapasitas dalam operasional	Pemilihan teknologi di Contrast Coffee	
			Pengaruh penggunaan teknologi terhadap kualitas produk di Contrast Coffee	
			Kapasitas alat produksi di Contrast Coffee	
Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia	Aspek ini digunakan untuk mengamati seberapa siap sumber daya yang dipilih untuk melakukan suatu pekerjaan, dan mencari bentuk struktur organisasi yang sesuai dengan pekerjaan dan usaha yang akan dijalankan (Kasmir dan	1. Perencanaan Perencanaan sumber daya manusia merupakan tahap awal dalam perencanaan terhadap tenaga kerja dan jumlah jabatan yang tersedia dalam struktur organisasi (Aldy, dkk, 2017)	Syarat kualifikasi karyawan Contrast Coffee	Wawancara pemilik
		2. Pengadaan Pengadaan tenaga kerja dilakuakn dalam rangka untuk mengisi jabatan yang tersedia. (Aldy, dkk, 2017)	Jumlah karyawan yang dibutuhkan dalam satu <i>Shift</i> di Contrast Coffee	
			Sistem perekrutan karyawan baru di Contrast Coffee	Wawancara Pemilik
			Struktur organisasi Contrast Coffee	
			Spesifikasi jabatan karyawan Contrast Coffee	

	Jakfar, 2004)	3. Kompensasi Kompensasi merupakan penghargaan atau imbalan terhadap setiap personel yang bekerja pada suatu perusahaan. Kompensasi biasanya berupa gaji, upah, komisi, asuransi, dan bisa juga berupa bonus (Aldy, dkk, 2017)	Tingkatan gaji pada karyawan Contrast Coffee	Wawancara pemilik dan karyawan
			Fasilitas yang diperoleh karyawan Contrast Coffee	
		4. Pengembangan Manajemen perlu mengadakan program pengembangan terhadap setiap personel yang terlibat dalam perusahaannya agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya sehingga dapat memenuhi tuntutan organisasi dalam menghadapi persaingan dan perubahan. (Aldy, dkk, 2017)	Pemberian Training dan pelatihan kerja kepada karyawan Contrast Coffee	Wawancara pemilik dan karyawan
			Pengembangan kualitas karyawan untuk kenaikan jabatan di Contrast Coffee	

		5. Integrasi Integrasi adalah penyesuaian keinginan dan kepentingan pribadi karyawan dengan kepentingan perusahaan agar dapat saling menguntungkan melalui aspirasi yang disampaikan oleh karyawan itu sendiri (Aldy, dkk, 2017)	Karyawan dapat mengkomunikasikan kepentingan terhadap manajemen Contrast Coffee	Wawancara pemilik dan karyawan
		6. Pemutusan Hubungan Kerja Ada beberapa penyebab mengapa karyawan dapat diputus hubungan kerjanya di antara lain adalah faktor usia, permintaan pengunduran diri dan pemecatan karena didasarkan kesalahan (Aldy, dkk, 2017)	Alasan pemberhentian terhadap karyawan Contrast Coffee	Wawancara pemilik dan karyawan

Sumber: Peneliti (2020)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dengan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bisa berupa orang, benda, dan semua karakteristik yang dimiliki oleh suatu objek dan subjek tersebut (Sugiyono, 2004).

Berdasarkan penjelasan diatas, populasi untuk responden dari kuesioner adalah pengunjung yang datang dan membeli produk Contrast Coffee Bandung.

Jehan Risyad Alifatur, 2020

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik yang ditunjukkan oleh populasi. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan pertimbangan tertentu kepada orang atau sumber yang dianggap sangat mengetahui tentang apa yang kita harapkan (Sugiyono, 2013). Dengan begitu teknik sampling ini dipilih dengan pertimbangan bahwa penulis akan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai Contrast Coffee dan dibutuhkan responden yang memenuhi kriteria seperti Pemilik Contrast Coffee, karyawan Contrast Coffee, dan konsumen Contrast Coffee.

Pada pengumpulan data kualitatif, jumlah responden yang terlibat yaitu sebanyak 1 orang. Sedangkan untuk pengumpulan data kuantitatif yaitu pengunjung yang datang dan membeli di Contrast Coffee. Karena Contrast Coffee Bandung tidak memiliki data pengunjung maka populasi responden tidak dapat diketahui pasti jumlahnya. Maka dari itu jumlah sampel yang akan digunakan dapat ditentukan dan diketahui menggunakan rumus Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2010)

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2 \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

n = Jumlah sampel

$Z\alpha$ = Nilai tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96

σ = Standar deviasi 25%

e = Error (batas kesalahan) = 5%

Berdasarkan rumus diatas, hasil penghitungan untuk sampel yang akan diambil adalah adalah 96,04 dibulatkan menjadi 97 responden.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data Primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini merupakan data melalui responden atau narasumber, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang sebagai sarana untuk mendapatkan data dan informasi (Narimawati, 2008).

Menurut Sekaran (2011), data sekunder merupakan 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 jaringan, dan lainnya.

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi, kuesioner, studi dokumentasi, dan studi literatur.

Tabel 3.2
Sumber Data Primer

No	Jenis Data	Sumber Data
1	Data wawancara mengenai aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek teknis dan teknologi	Pemilik dan Karyawan Contrast Coffee
2	Data kuesioner mengenai aspek pemasaran Contrast Coffee (bauran pemasaran -7P)	Konsumen Contrast Coffee

Sumber: Penulis (2020)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2004) menyatakan terdapat tiga teknik pengumpulan data. Yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang ingin

Jehan Risyad Alifatur, 2020

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIS DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diteliti. Wawancara dapat dilakukan dengan cara terstruktur atau tidak terstruktur dan dapat dilakukan secara tatap muka ataupun melalui telepon. Dalam penelitian ini wawancara dilaksanakan dengan metode wawancara terstruktur dan melalui tatap muka. Narasumber dalam wawancara penelitian ini yaitu pemilik dari Contrast Coffee Bandung.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan kepada konsumen yang datang dan memesan ataupun yang pernah mengunjungi dan memesan menu di Contrast Coffee Bandung.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek yang lain.

Sugiyono (2012) juga menambahkan dokumen yang berupa tulisan, gambar, dan karya – karya lainnya dapat ditambahkan untuk data pendukung agar hasil penelitian dari observasi lebih dipercaya. Maka dari itu penulis melakukan dokumentasi berupa foto untuk menguatkan bukti hasil penelitian. Dan juga menggunakan studi literatur untuk mengumpulkan data melalui teori – teori yang teruji kebenrannya yang diperoleh dari jurnal dan buku.

4. Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang bisa berbentuk gambar, tulisan, atau karya – karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012). Hasil penelitian dari observasi akan lebih terpercaya jika didukung dengan data – data lain salah satunya berbentuk dokumentasi. Penulis melakukan studi dokumentasi pada penelitian ini berupa foto dengan tujuan melengkapi data penelitian

5. Studi Literatur

Studi literatur adalah upaya mengumpulkan data melalui teori yang kebenarannya telah teruji dan didukung dengan penelitian, data tersebut dapat diperoleh dari buku maupun jurnal.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 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 2013:348). Dalam uji validitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25 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 5% 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 25 for Windows

Tabel 3.3

Uji Validitas Kuesioner ke 30 Responden Contrast Coffee Bandung Mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis Aspek Pemasaran Contrast Coffee Bandung

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
Produk				
1	Q1	0,634	0,3061	VALID
2	Q2	0,707	0,3061	VALID
3	Q3	0,660	0,3061	VALID
4	Q4	0,516	0,3061	VALID
5	Q5	0,557	0,3061	VALID

Jehan Risyad Alifatur, 2020

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Harga				
6	Q6	0,757	0,3061	VALID
7	Q7	0,588	0,3061	VALID
8	Q8	0,385	0,3061	VALID
9	Q9	0,667	0,3061	VALID
Promosi				
10	Q10	0,520	0,3061	VALID
11	Q11	0,472	0,3061	VALID
12	Q12	0,568	0,3061	VALID
Tempat / Lokasi				
13	Q13	0,580	0,3061	VALID
14	Q14	0,567	0,3061	VALID
Orang / Karyawan				
15	Q15	0,515	0,3061	VALID
16	Q16	0,670	0,3061	VALID
17	Q17	0,769	0,3061	VALID
18	Q18	0,717	0,3061	VALID
Proses				
19	Q19	0,653	0,3061	VALID
20	Q20	0,448	0,3061	VALID
21	Q21	0,706	0,3061	VALID
Bukti Fisik				
22	Q22	0,610	0,3061	VALID
23	Q23	0,634	0,3061	VALID
24	Q24	0,712	0,3061	VALID

Sumber: Peneliti (2020)

Hasil pengolahan data yang terdapat padatabel 3.3 menunjukkan bahwa item pertanyaan pada setiap variabel di dalam kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$

3.7.2 Pengujian Realibilitas

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 berapakahpun diambil hasilnya akan tetap sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk

Jehan Risyad Alifatur, 2020

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Penghitungan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25 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
4. signifikansi 5% dan derajat kebebasan ($DF = n-2$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3061
5. Menghitung Reliabilitas alat ukur, rumus yang digunakan adalah rumus Cronbach's Alpha dalam SPSS 25 for Windows

Tabel 3.4

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	Produk	0,754	0,3061	Reliabel
2	Harga	0,757	0,3061	Reliabel
3	Promosi	0,696	0,3061	Reliabel
4	Tempat / Lokasi	0,857	0,3061	Reliabel
5	Orang / Karyawan	0,948	0,3061	Reliabel
6	Proses	0,773	0,3061	Reliabel
7	Bukti Fisik	0,719	0,3061	Reliabel

Sumber: Peneliti (2020)

Berdasarkan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan reliabel, maka dapat disimpulkan hasil dari perhitungan uji reliabilitas yang terdapat pada tabel 3.4 yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat/lokasi, orang/karyawan, proses, dan bukti fisik dapat dinyatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) analisis data dilakukan ketika setelah data dari seluruh sumber dan responden terkumpul. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis kuantitatif. Setelah seluruh data dari responden terkumpul, kuesioner akan dianalisis skor yang di dapat dan presentasinya akan disajikan dalam bentuk skala kotinum. Dan untuk data hasil wawancara dan observasi akan dianalisis dan hasil dari analisis tersebut berupa deskriptif

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 penulisan data.
2. Mengolah data statistik menggunakan kalkulator dan laptop dan aplikasi Microsoft Excel 2010
3. Menguji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 25 for Windows dan Microsoft Excel 2010
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.