

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan penelitian

3.1.1 Desain Penelitian

Pada Penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yakni metode yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang ada dengan cara menentukan populasi dan sampel yang akan diriset, mengumpulkan data lalu menganalisis data hingga membuktikan apakah hipotesis tersebut ditolak atau diterima (Sugiyono, 2021: 17).

Data yang akan disajikan di dalam kuesioner akan berbentuk tabel dengan menyertakan variabel dependen dan independen lalu menyertakan skala likert untuk menguji tingkah laku, opini serta pandangan terhadap kedai kopi di Kota Batam (Sugiyono, 2021: 146).

3.2 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan kepada konsumen yang melakukan pembelian di salah satu gerai kedai kopi yang memiliki lebih dari 2 cabang atau *franchise* yang terdaftar yaitu:

Tabel 3. 1 Lokasi Penelitian

Kedai Kopi <i>Franchise</i>
Starbucks
Kopi kenangan
Kopi Janji Jiwa
Foresthree <i>Coffee</i>
Excelso <i>Coffee</i>
Fore Cofee

Sumber: laman utama kedai kopi *franchise* dan layanan pesan antar makanan daring (2022)

3.2.2 Jadwal Penelitian

Dikarenakan luasnya populasi penelitian dan luasnya demografis, maka kuesioner dibagikan kepada responden secara daring menggunakan *Google Form* mulai dari bulan September 2022 – Februari 2023.

Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Bulan					
	September 2022	Oktober 2022	November 2022	Desember 2022	Januari 2023	Februari 2023
Studi Kepustakaan						
Penyebaran Kuesioner						
Pengolahan data dari kuesioner						
Wawancara dengan narasumber						
Pembuatan Laporan						

Sumber: Peneliti (2022)

3.3 Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:2).

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan dari variabel dependen (Sugiyono, 2021:4). Variabel Independen yang peneliti pilih adalah Gaya Hidup (X1), Promosi(X2) dan Lokasi (X3).

3.3.1.1 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang mengalokasikan atau menganggarkan pendapatannya dan memilih produk, jasa, atau alternatif pilihan lain yang ada. (Suryani, 2013:145). Indikator gaya hidup yang digunakan selama penelitian ini ialah (Suryani, 2013:13):

1. Cara menghabiskan waktu
2. Apa yang dianggap penting
3. Pendapat tentang diri mereka atau orang lain

3.3.1.2 Promosi

Promosi adalah bagaimana produk yang dipasarkan dapat menjangkau pasar yang disasar dan penjualan produk di pasar (Sunyoto, 2015:89). Indikator promosi yang digunakan selama penelitian ini adalah(Sunyoto, 2015: 157):

1. Iklan
2. Penjualan perseorangan
3. Promosi Penjualan
4. Hubungan Masyarakat
5. Pemasaran Langsung

3.3.1.3 Lokasi

Lokasi adalah dilakukannya aktifitas penjualan dan pembelian produk atau jasa (Sasabila Akbar *et al.*, 2021:43). Indikator lokasi yang digunakan selama penelitian ini adalah (Afifudin & Sitohang, 2016:4):

1. Akses
2. *Traffic*
3. Tempat Parkir
4. Lingkungan Lokasi

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017:4). Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah perilaku konsumen (Y).

3.3.2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan – tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang – barang atau jasa ekonomis, yang dapat dipengaruhi lingkungan (Sunyoto, 2015:114). Indikator perilaku konsumen yang digunakan selama penelitian ini adalah(Sunyoto, 2015:13):

1. Budaya
2. Sosial
3. Pribadi
4. Psikologis

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Responden memberikan nilai terhadap bulir kuesioner yang diberikan dengan format menurut skala likert dengan detail sebagai berikut (Sugiyono, 2021:146):

1. Sangat Setuju (SS) : skor 5
2. Setuju (S) : skor 4
3. Kurang Setuju (KS) : skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3.5 Populasi

Hasil sensus penduduk dari Badan Pusat Statistik Kota Batam, menunjukkan bahwa ada 1,196,396 jiwa yang tinggal di kota Batam dengan presentase penduduk usia produktif dengan kisaran usia antara 15 – 64 tahun adalah sebesar 70,34% atau sekitar 841,545 jiwa seperti data yang tersaji dari Berita Resmi Statistik di bawah ini:

Tabel 3. 3 Populasi Penduduk Batam

Generasi	Umur	Persentase
Pre-Boomer	75 Tahun +	0.39%
Baby Boomer	56-74 Tahun	5.65%
Gen X	40-55 Tahun	21.03%
Milenial	24-39 Tahun	30.44%
Gen Z	8- 23 Tahun	27.12%
Post Gen Z	7 Tahun ke bawah	15.38%
Total Usia Produktif	15 - 64 Tahun	70.31%
Total Penduduk Batam		1.196 Juta

Sumber: Data BRS (2020)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen berusia produktif yang membeli atau berlangganan kopi di kedai kopi yang bukan *franchise* di Kota Batam.

3.6 Sampel

Dikarenakan populasinya yang belum diketahui secara pasti, maka sampel diambil secara acak dan penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan perhitungan melalui rumus Cochran, yaitu (Sugiyono, 2021:136):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \text{ Rumus 3. 1 Sampel}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = probabilitas benar 50% = 0,5

Q = probabilitas salah 50% = 0,5

E = ambang batas kesalahan sampel 5%

Dengan menggunakan rumus tersebut dapat dihasilkan jumlah sampel sebanyak 385 orang dengan kriteria sampel:

- 1) Merupakan konsumen usia produktif (15 – 64 tahun).
- 2) Membeli atau berlangganan kopi di salah satu kedai kopi *franchise* yang memiliki cabang di Kota Batam dalam kurun waktu 3 bulan ke belakang. Kedai kopi *franchise* tersebut yaitu: Starbucks, Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa, Forestthree *Coffee*, Excelso *Coffee* dan Fore *Coffee*.

3.7 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik dalam mengumpulkan data yaitu melakukan survei, wawancara, menyebar kuesioner, dan input melalui peralatan mekanik atau listrik (Bairagi & Munot, 2019:23). Di penelitian ini, hanya 3 teknik yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Tujuan dari metode observasi adalah untuk mengamati konsumen dengan cara alami saat mereka mengikuti kehidupan sehari – hari. Metode observasi dipilih karena

dapat menjadi data pendukung yang dapat mengatasi permasalahan jika ada bias dalam metode penelitian kuantitatif (Bairagi & Munot, 2019: 133). Penelitian ini menggunakan observasi untuk mengamati bagaimana perilaku konsumen kedai kopi secara langsung.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk dapat mengajukan pertanyaan yang diperlukan kepada konsumen seputar topik penelitian secara pribadi. (Bairagi & Munot, 2019): 135). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan kepada pihak pengelola kedai kopi *franchise* yang datanya akan digunakan untuk meneguhkan pembahasan hasil.

3. Menyebar Kuesioner

Tujuan dari penyebaran kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi yang berguna secara statistik tentang topik tertentu, serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada individu. Bentuk jawaban biasanya berada di lembar kosong yang telah disiapkan sehingga jawaban dapat ditulis lalu jawaban tersebut akan dikumpulkan (Bairagi & Munot, 2019:136).

3.7.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan yang telah disiapkan untuk bertanya dan mengumpulkan jawaban dari responden. (Bairagi & Munot, 2019:136). Kuesioner

dimuat dalam formulir daring yakni Google Form. Kemudian, respons yang terkumpul akan diolah dengan aplikasi statistika yakni SPSS. Untuk memvalidasi kuesioner dan memastikannya secara akurat, akan diadakan uji sebelumnya di antara beberapa data responden yang lebih sedikit. (Bairagi & Munot, 2019:136).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Kualitas Data

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah butir pertanyaan valid atau tidak. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas konstruksi dengan menggunakan pendapat para ahli tentang instrumen yang telah disusun lalu dilakukan uji korelasi untuk dapat menyimpulkan apakah instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik (Sugiyono, 2021:180). Uji korelasi instrumen penelitian, menggunakan aplikasi SPSS. Uji validitas memenuhi syarat jika (Darma, 2020:8):

1. r hitung lebih besar dari r tabel, instrumen valid.
2. r hitung lebih kecil daripada r tabel, instrumen invalid.

Perhitungan validitas dapat dihitung menggunakan rumus (Sujarweni, 2018:76):

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Uji Validitas

Keterangan:

R = koefisien korelasi

X = skor dalam bulir pernyataan

Y = jumlah skor dalam bulir pernyataan

N = jumlah sampel yang dipakai

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji apakah jawaban dari bulir pertanyaan dapat diandalkan (Situmorang & Lufti, 2014:89). Dalam penelitian ini, penujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Internal consistency*, uji ini memperoleh hasil dengan cara memverifikasi instrumen sekali saja (Sugiyono, 2021: 186). Setelah diverifikasi, hasilnya akan dibandingkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* (Darma, 2020: 15). *Cronbach's alpha* yang diimplementasikan dalam penelitian ini untuk dinyatakan reliabel yaitu lebih besar dari pada 0,06.

Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b} \quad \text{Rumus 3. 3 Uji reliabilitas}$$

Keterangan:

R_i = reliabilitas internal seluruh instrumen

R_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kenormalan data yang tersebar pada sampel. Pendekatan Kolmogrov-Smirnov digunakan untuk membuktikan terdistribusi normal atau tidak dari data residualnya (Situmorang & Lufti, 2014:119). Untuk menilai skor normalitas distribusi, nilai signifikan harus menunjukkan lebih dari 0.05 sehingga bisa dikatakan terdistribusi normal (Pallant, 2016:178).

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang tidak sama di antara anggota grup tersebut. Jika varian tersebut sama, berarti varian tersebut dikategorikan sebagai homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan *White's General Heteroscedasticity Test* untuk mendapatkan keberadaan heteroskedastisitas (Situmorang & Lufti, 2014:122).

3.8.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya hubungan lebih dari satu linear yang sempurna di antara variabel independen dalam model regresi atau dapat juga dilihat dengan rumus:

$$VIF = \frac{1}{\left(1 - \frac{R^2}{k}\right)} \quad \text{Rumus 3. 4 Uji Multikolinieritas}$$

keterangan:

$\frac{R^2}{k}$ = koefisien determinasi (R^2) berganda kita X diregresikan dengan variabel lainnya.

Batas *tolerance value* adalah 0.1 dan Batas *Variance Inflation Factor*(VIF) adalah 10

Jika skor *tolerance* lebih kecil dari 0.1 atau nilai VIF lebih besar dari 10 berarti multikolinieritas terjadi sementara jika skor *tolerance* lebih besar dari 0.1 atau VIF lebih kecil dari 10, berarti multikolinieritas tidak terjadi. (Situmorang & Lufti, 2014:151).

3.8.3 Uji Pengaruh

3.8.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menentukan hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. (Sugiyono, 2017:275). Berbagai jenis regresi berganda dapat digunakan untuk membandingkan kemampuan prediktif dari variabel bebas tertentu untuk menemukan rangkaian variabel terbaik untuk memprediksi variabel terikat (Pallant, 2016: 282). Korelasi positif menunjukkan bahwa ketika satu variabel meningkat, demikian pula dengan lainnya sementara korelasi negatif menunjukkan bahwa ketika satu variabel meningkat, variabel lainnya menurun (Pallant, 2016: 281).

Persamaan regresi yang digunakan dalam hipotesis ini lalu dikelola dalam SPSS adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Variabel Terikat yaitu perilaku konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

X_1 = Variabel bebas yaitu gaya hidup

X_2 = Variabel bebas kedua yaitu promosi

X_3 = variabel bebas ketiga yaitu lokasi

3.8.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi menunjukkan angka yang besar, maka variabel independen menerangkan variabel dependen (Darma, 2020:53).

3.9 Pengujian Hipotesis

Setelah analisis regresi linear berganda telah dipenuhi syaratnya, maka digunakan uji di bawah ini:

1. Uji Simultan (Uji F)

Setelah data melalui uji prasyarat, selanjutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji simultan (uji-F) untuk menguji variabel yang berhubungan dalam penelitian. Uji dilakukan terhadap dua variabel bebas atau lebih untuk menegaskan apakah ada pengaruh secara bersama-sama. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil uji f adalah jika (Darma, 2020:48):

1. F hitung lebih besar daripada f tabel, maka secara simultan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
2. F hitung lebih kecil dari pada f tabel, maka secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil uji t adalah jika (Darma, 2020: 41):

1. T hitung lebih besar daripada t tabel, variabel bebas mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel independen. Dari perhitungan ini, H0 diterima dan H1 ditolak.
2. T hitung lebih kecil daripada t tabel, variabel bebas tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel independen. Dari perhitungan ini, H0 ditolak dan H1 ditolak.