

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kedai kopi Rawamanagun Kecamatan Pulogadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220, Rawamangun yang menggunakan biji kopi organik yaitu Zamra Coffee, Jung Coffee dan Double V Coffee. Peneliti ingin mengambil informasi dari masing-masing pegawai kedai kopi tersebut bahwa kedai kopi tersebut menggunakan biji kopi organik sehingga kedai kopi tersebut sesuai dengan objek penelitian ini. Waktu dilaksanakannya penelitian ini ialah pada bulan November - Desember 2024 dengan menyebarkan kuesioner secara online.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu (2024)							
		Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov	Des
2	Penyusunan proposal	✓	✓	✓	✓	✓			
	skripsi bab 1-3								
3	Penyusunan bab 4-5							✓	✓
4	Penyebaran kuesioner							✓	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

B. Desain Penelitian

Penelitian yang menggunakan desain kuantitatif bertujuan untuk menghimpun dan menganalisis data numerik dan data statistik. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif terhadap data statistik yang didapatkan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian dengan mengukur variabel objek secara teliti untuk menarik sebuah kesimpulan secara general dengan mengenyampingkan waktu, tempat, dan situasi (FE UNJ, 2023).

Menurut pendapat Dodiet (2014), seorang peneliti dapat berusaha mendapatkan, mengembangkan, dan membuktikan keabsahan suatu ilmu dengan menerapkan metode ilmiah. Penelitian adalah sebuah aktivitas objektif dengan usaha untuk memperluas ilmu pengetahuan baru serta menguji kebenarannya berpaku kepada prinsip-prinsip, teori-teori yang terstruktur melewati beberapa tahap yang cukup intens untuk dikembangkan secara general.

Untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan dan informasi terkait penggunaan metode penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas terkait dengan masalah yang ditemui dan cara yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan pengumpulan data melalui bentuk angka. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang memberi penekanan pada pengukuran numerik dan data statistik. Peneliti akan merancang instrumen pengukuran yang tepat, dan menerapkan analisis statistik yang sesuai untuk

menafsirkan hasil penelitian Rachman et al (2016). Pada akhirnya penelitian ini akan menggunakan data primer yang berasal dari pengisian kuesioner, yang nantinya akan disebarluaskan melalui bantuan *google form* untuk selanjutnya data-data tersebut peneliti olah menggunakan perangkat lunak *SPSS*.

C. Sumber Data dan Sample Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah semua komponen yang mendukung penelitian baik objek maupun subjek yang sudah ditentukan ciri khas dan karakteristik tertentu. Berdasarkan konsepnya, populasi adalah keseluruhan anggota kelompok baik manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana serta menjadi sasaran kesimpulan pada sebuah penelitian. Pembagian populasi dapat didasarkan oleh jumlah, sifat, maupun perbedaan lainnya. Populasi berdasarkan jumlah adalah yang terbatas dan yang tidak memiliki batas. Sementara populasi berdasarkan sifat adalah homogen dan heterogen. Lalu populasi dalam bentuk perbedaan lain contohnya adalah populasi target dan populasi survei Amin et al (2023). Dari banyaknya jenis populasi, penelitian ini mengambil populasi berdasarkan kriteria yang dijadikan batas dalam pemilihan populasi penelitian yaitu konsumen kedai kopi organik yang ada di Rawamangun.

2. Sampel

Berbeda dengan populasi, N. F. Amin et al (2023) menyebutkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sumber data penelitian. Sampel digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi yang ada. Sementara

itu, Roscoe dalam (Marvell & Susanti, 2021) memberikan saran untuk menentukan sebuah sampel penelitian, yaitu:

- a) Sebuah sampel penelitian dikatakan layak ketika berada di antara angka 30 sampel sampai dengan 500 sampel.
- b) Ketika sampel dikategorikan menjadi beberapa kelompok, maka masing-masing kelompok kategori harus memiliki sampel seminimalnya 30 sampel.
- c) Jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel penelitian ketika penelitian tersebut harus melakukan analisis korelasi atau regresi ganda.

Dengan beberapa pertimbangan di atas, peneliti menyimpulkan akan mengambil sampel sebanyak 53 responden.

Sampel yang didapat dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi ruang yang sama bagi seluruh elemen atau bagian dari populasi N. F. Amin et al (2023). Teknik sampel ini meliputi: *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling insidental*, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik pengambilan dimana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Menggunakan metode *purposive sampling*, peneliti memilih responden atau objek yang dianggap paling sesuai untuk memberikan informasi yang mendalam tentang topik yang sedang diteliti. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif dengan melihat

populasi pengunjung kedai kopi organik di Rawamangun yang *heterogen* (tidak sejenis). Adapun kriteria sampel yang akan diuji pada penelitian ini yaitu:

- a. Wilayah responden terbatas pada Jabodetabek
- b. Usia responden adalah rentang 17-50 tahun
- c. Telah membeli dan berkunjung minimal dua kali ke kedai kopi berbeda, diantaranya *Zamra Coffee, Jung Coffee dan Double V Coffee* dalam kurun waktu 6 bulan terakhir

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengukuran data dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap jawaban dari butir pernyataan dalam angket, dengan menggunakan media *google form* yang terhimpun secara *online*. Berikut penjelasan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

1. Instrumen Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Adib (2017) mengatakan bahwa dalam sebuah penelitian, terdapat susunan alat yang terstruktur secara sistematis mengacu pada teori serta kebutuhan penelitian yang akan berguna untuk mengumpulkan data penelitian. Tabel 3.2 di bawah ini akan memaparkan data yang berisi instrumen penelitian pada proses menghimpun data yang diperlukan. Peneliti menggunakan *google form* dengan menyebarkan survei dalam bentuk kuesioner memuat beberapa indikator dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
1.	Preferensi Konsumen	Kualitas Produk Hasanuddin et al (2020)	Rasa Kopi	1. Rasa kopi organik menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi
			Kadar gula	1. Kadar gula dalam kopi organik menjadi penting menentukan kunjungan pada kedai kopi
			Variasi menu	1. Menu yang bervariasi menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik
			Kemasan	1. Kemasan menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik
			Pelayanan	1. Kecepatan pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik
	Ihsan & Setiawan (2019)	Kecepatan Pelayanan		
			Keramahan Staff	1. Keramahan karyawan menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
			Kepuasan terhadap penyelesaian keluhan	1. <i>Feedback</i> yang baik terhadap keluhan menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik
	Harga	Hidayat et al (2021)	Kesetaran harga dengan kualitas	1. Harga lebih mahal tidak menjadi masalah jika mendapat kualitas kopi organik terbaik.
			Variasi Harga	1. Kedai kopi dengan variasi harga lebih diminati.
	Store atmosphere	Wardhani & Dwijayanti (2021)	Desain Interior	1. Desain interior yang menarik menjadi faktor penting dalam memilih kedai kopi
			Latar musik	1. Kedai kopi yang menyediakan musik latar yang nyaman lebih disukai.
			Sirkulasi udara	1. Sirkulasi udara yang baik menjadi pertimbangan dalam memilih kedai kopi.
			Pencahayaan	1. Pencahayaan yang baik menjadi faktor penting dalam menentukan kunjungan kedai kopi organik.
			Layout store	1. Tata letak kedai kopi menjadi faktor yang dipertimbangkan

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
				menentukan kunjungan kedai kopi organik.
		Fasilitas	<i>Wi-Fi</i>	1. Kedai kopi dengan <i>Wi-Fi</i> yang stabil lebih disukai.
	Muas et al (2022)		Stopkontak	1. Akses mudah ke stopkontak menjadi faktor penting dalam memilih kedai kopi.
2.	Orientasi Nilai	Kesadaran Lingkungan	Kepercayaan pada sertifikasi ramah lingkungan	1. Biji kopi dengan sertifikasi ramah lingkungan disukai konsumen.
	Khorniawati (2014)		lingkungan	2. Kedai kopi dengan label ramah lingkungan lebih disukai
			Kebijakan kedai terhadap dampak lingkungan	1. Kedai kopi dengan kebijakan pengurangan limbah lebih disukai.
				2. Penggunaan bahan organik oleh kedai kopi dianggap penting.
		Kepedulian kesehatan	Kandungan Kafein	1. Kopi dengan kandungan kafein rendah lebih diminati.
	Megananda & Sanaji (2021)		Produk Organik	1. Kopi organik lebih dipilih karena alasan kesehatan.

Sumber: Diolah oleh penulis (2024)

Skala likert peneliti pilih sebagai skala pengukuran dalam kuesioner, dimana dapat digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif dalam sebuah penelitian. Skala. Skala likert mempunyai empat atau lebih butir-butir. Dalam skala tersebut diajukan pernyataan atau pertanyaan dan meminta persetujuan responden atas pertanyaan yang diajukan. Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert 5 poin sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju dan 5 = Sangat Setuju (Simamora, 2022).

Pengukuran data untuk setiap variabel dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap jawaban dari butir pernyataan dalam angket, dengan menggunakan media *google form* yang terhimpun secara *online*. Berikut penjelasan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3 Skala Likert

Pilihan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Sesuatu yang dijadikan alat ukur dalam sebuah penelitian harus melewati uji validitas guna membuktikan bahwa alat ukur tersebut valid. Penelitian oleh Miftahul (2021) mengatakan bahwa alat ukur yang dimaksud adalah pertanyaan penelitian yang terdapat di dalam angket atau kuesioner penelitian. Sebuah kuesioner penelitian dianggap valid ketika pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang diukur menggunakan pertanyaan penelitian. Sebagai contoh, ketika sebuah penelitian hendak mengukur preferensi konsumen, sebuah pertanyaan penelitian yang diberikan harus mendapatkan kesimpulan berupa preferensi konsumen. Terdapat dua langkah pada uji validitas yaitu menemukan korelasi antara nilai butir pertanyaan dengan total item, serta menemukan korelasi antara masing-masing skor indikator item dengan total nilai konstruk.

b. Uji Reliabilitas

Dalam sebuah riset yang dilakukan, konsistensi dari sebuah kuesioner yang diberikan oleh peneliti harus diuji keadaannya, hal itu sejalan dengan fungsi dari uji reliabilitas. Sebuah angket yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel yang diteliti harus melewati uji reliabilitas agar konsistensi dari angket tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengukur variabel penelitian dengan pertanyaan yang sama Al Hakim et

al (2021). Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Rakhman (2022) yang mengatakan bahwa uji reliabilitas merupakan sebuah tes yang dilakukan untuk menilai dan mencermati sesuatu yang menjadi tolak ukur penelitian. Dalam hal ini, ketika hasil uji reliabilitas menunjukkan angka akurasi yang tinggi, artinya penelitian tersebut dapat dipercaya keabsahannya. Objek yang diukur dapat dikatakan valid ketika nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.60.

2. Analisis Deskriptif

Ketika seorang peneliti hendak menguji abstraksi hasil penelitian yang didapatkan atas dasar satu sampel yang digunakan, peneliti harus melakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dapat dilaksanakan setelah melakukan uji hipotesis deskriptif. Hasil uji tersebut akan menunjukkan bahwa hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Analisis deskriptif ini memanfaatkan satu variabel atau lebih tetapi sifatnya mandiri, oleh sebab itu bentuk dari analisis deskriptif tidak dalam sebuah perbandingan atau hubungan Nasution (2017).

3. *Conjoint Analysis*

Sebuah penelitian dapat secara khusus mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap sebuah produk atau jasa dengan melakukan analisis *conjoint*, yaitu sebuah metode *multivariat*. Metode ini akan membantu peneliti menemukan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa yang baru maupun lama sesuai dengan minat konsumen. Atribut adalah elemen yang terdapat pada sebuah produk untuk menafsirkan karakteristik produk

tersebut. Analisis ini dilakukan untuk menemukan persepsi konsumen terhadap barang atau jasa yang diminati (Resmawati et al (2013).

Pendapat tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Rifandi & Yuniar (2021) dengan pernyataan bahwa metode *conjoint analysis* secara spesifik dapat menafsirkan keinginan konsumen terhadap barang dan jasa dengan tolak ukur kepentingan dari masing-masing atribut sesuai dengan prioritas konsumen. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa atribut dan taraf atribut yang dapat dilihat dari nilai *importance value* dan nilai *utility*.

Proses *conjoint analysis* mendapat uji akurat (*predictive accuracy*) yang cukup tinggi karena nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's Tau yang didapatkan lebih kecil dari 0,05. Urutan atribut didasarkan pada prioritas konsumen dari yang paling krusial. Kedua ukuran korelasi ini menunjukkan bahwa model *conjoint analysis* memiliki tingkat keakuratan yang tinggi dalam memprediksi preferensi konsumen. Nilai signifikansi (p-value) untuk Pearson's R dan Kendall's Tau umumnya berada dibawah 0,05, yang mengindikasikan bahwa hasil tersebut signifikan secara statistik (Adelawati, 2020) .

4. Cluster Analysis

Untuk memvisualisasikan pertautan antara objek penelitian, seorang peneliti harus mengelompokkan data atau objek yang diperoleh mengacu kepada informasi yang ada. Metode pengelompokkan data atau *mining* itu disebut dengan Analisis *cluster*. Rahmati & Wijayanto (2021) mengatakan

bahwa tujuan dari analisis kluster adalah untuk mencari kesamaan dan perbedaan yang signifikan antar objek sesuai dengan pengelompokannya.

Disebutkan juga oleh Tri et al (2020) dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa analisis kluster dapat diaplikasikan pada data yang diambil dalam waktu berurutan dengan metode algoritma klasifikasi yang berbeda dibandingkan dengan klasifikasi data *cross section*. Dalam proses pembentukan kluster, algoritma dan sistematika pembentukannya dapat berbeda sebab data yang diambil berasal dari urutan waktu yang sistematis dengan jeda waktu yang tidak berubah. Teknik yang digunakan dalam mengelompokan data sesuai dengan urutan waktu ada banyak, salah satunya adalah memanfaatkan jangka pengukuran yang memiliki kesamaan dengan karakteristik data runtun waktu. Dalam hal penelitian ini, jarak yang dijadikan tolak ukur kemiripan dua data runtun waktu adalah *korelasi Pearson*, *euclidean*, *dynamic time warping* dan *auto correlation-based distance*.

Intelligentia - Dignitas