

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penulisan penelitian penulis mengambil metode penelitian kuantitatif secara deskriptif. Metode penelitian ini adalah salah satu metode pendekatan penelitian yang spesifikasinya terstruktur dan sistematis secara jelas dari awal hingga dari segi konsep penelitiannya. Sugiyono (2015:13) menyatakan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, yang diaplikasikan untuk meneliti sampel tertentu dari populasi dengan cara mengambil data dalam konteks ilmiah dengan memiliki maksud dan manfaat tertentu. Selain itu menurut Creswell (2012:13) mengatakan penelitian kuantitatif mengharuskan seorang peneliti untuk menguraikan bagaimana suatu variable dapat berhubungan atau mempengaruhi variable lainnya. Penelitian ini bermaksud untuk meneliti dan memperdalam terkait pengaruh targeting pasar terhadap siklus penjualan di *Narrative Caffeine Supply*.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif, sebagaimana Sugiyono (2015:35) mengutarakan metode pendekatan deskriptif merupakan metode yang mampu menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti dengan data dan sampel yang ada tanpa adanya analisis dan menyimpulkan kesimpulan yang bersifat umum.

B. Obyek Penelitian

Sugiyono (2015) berpendapat bahwa obyek penelitian adalah sebuah karakter dari objek, seseorang, aktivitas yang memiliki beberapa varian yang ditentukan oleh peneliti supaya dapat dilakukan analisis dan dapat ditarik suatu kesimpulan. Lokasi dilaksanakannya penelitian menunjukkan pada lokasi sosial penelitian atau pengertian tempat yang mencirikan oleh adanya unsur tempat, kegiatan, dan pelaku yang dapat di observasi sebagai bahan penelitian (Nasution, 2003:43). Objek penelitian yang diambil adalah pengunjung atau konsumen kedai kopi *Narrative Caffeine Supply* yang berlokasi di Jalan Taman Cibunut Selatan No.9, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. *Narrative Caffeine Supply* sendiri adalah kedai kopi yang berdesain konsep rumah tempo dulu yang sangat nyaman ditambah dengan menu minuman dengan kandungan kopi maupun tidak yang bervariasi.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini ialah pelanggan atau pembeli *Narrative Caffeine Supply* yang mana penulis tentukan jumlah responden nya dari populasi melalui data yang penulis dapatkan dari pemilik usaha berupa jumlah pengunjung pada bulan bulan Januari yang data nya penulis gunakan juga sebagai indikasi siklus penjualan. Sugiyono (2015:55) berpendapat bahwa populasi merupakan obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya dari wilayah yang telah di generalisasi.

Penelitian ini termasuk dalam *Probability Sampling*, yang diartikan sebagai teknik pengambilan suatu sampel yang memberikan kesempatan atau

peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018 : 82). Anggota atau individu yang ditentukan menjadi sampel didasarkan pada kriteria-kriteria subjektif yang sudah dirancang atau di rencanakan aoleh peneliti yang dimana peneliti ingin menunjukkan apakah suatu sifat atau karakteristik terentu ada di dalam satu populasi.

Pada penulisan penelitian ini penulisan mempersempit populasi yaitu jumlah dari pengunjung pada bulan Januari 2022 yaitu sebanyak 556 orang dengan sampel yang diukur menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2015:87). Pada penelitian ini rumus Slovin diterapkan karena dalam penarikan sampel, jumlah yang harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitunganya pun tidak menggunakan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Untuk menentukan sampel dengan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

Gambar 1

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Adalah margin error yang ditoleransi

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 556 / (1 + (556 \times 5\%^2))$$

$$n = 566 / (1 + (556 \times 0,0025))$$

$n = 556 / 2.39$

$n = 232,6$; dibulatkan penulis sebesar 233 orang sebagai pengisi kuesioner

Sesuai dengan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 233 orang atau sekitar 41,91% dari seluruh pengunjung Narrative Caffeine Supply pada periode bulan Januari 2022, hal ini dibuat untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Teknik *insidental* merupakan metode yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:85), bahwa sampling *insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulamn ditemui itu tepat sebagai sumber data.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil dari sumber data adalah data primer dan sekunder. Sugiyono (2015) menyatakan bahwa data primer merupakan data yang secara langsung didapatkan oleh peneliti dari sumber informasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, data tersebut berasal dari buku, jurnal, dan catatan. Teknik untuk pengumpulan data peneliti ambil diantaranya :

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2018:229). Supriyati (2011:46) menyatakan bahwa observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam suatu penelitian yang bersifat naturalistik dimana berlangsung secara natural dan pelaku berpartisipasi secara wajar dalam interaksi. Pada penelitian ini, objek yang dilakukan observasi oleh penulis adalah siklus penjualan yang penulis amati langsung di kedai kopi pada saat jam operasional. Observasi berlangsung selama penulis berkunjung dimana untuk memperoleh data awal penulis melakukan observasi langsung dengan pemilik *Narrative Caffeine Supply*.

b. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini berdasar kepada pertanyaan dan pernyataan yang diberikan secara tertulis kepada 233 responden. Sugiyono (2015:199) menyatakan bahwa kuisisioner adalah cara tertulis dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan untuk dijawab. Penyebaran kuisisioner disebarkan melalui internet dengan responden yang sebagai pelanggan sesuai dengan target pasar *Narrative Caffeine Supply* dengan menggunakan skala likert. Dengan diaplikasikannya skala Likert, variabel diukur dengan diperjelas sebagai aspek variabel yang diterapkan sebagai acuan penyusun instrument, yang dapat berupa sebuah pernyataan. Pada penelitian ini, peneliti mengaplikasikan 5 skala yang diwakilkan oleh angka dalam

kuesioner, antara lain 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = cukup setuju, 2= tidak setuju, 1= sangat tidak setuju.

c. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:231), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti hendak mengetahui hal-hal dari responden atau narasumber yang lebih dalam. Steward dan Cash (2000) menyatakan bahwa wawancara adalah proses komunikasi interaksional searah dua arah dan antara dua pihak, salah satu pihak memiliki satu tujuan antisipasi dan juga serius termasuk tanya jawab. Penulis telah melakukan wawancara langsung di *Narrative Caffeine Supply* mengenai data awal yang penulis perlukan untuk pengerjaan proyek akhir ini. Data awal tersebut penulis cantumkan pada Bab 1 berupa tabel laporan pendapatan dari periode tertentu.

E. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2015:96) menyatakan variabel adalah semua objek dengan berbagai macam bentuk yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dilakukan analisis dengan tujuan untuk mendapatkan data yang sah dan mampu untuk ditarik kesimpulan. Sugiyono (2015) mengatakan terdapat 2 macam variabel di penelitian kuantitatif, yaitu:

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang diartikan sebagai unsur penyebab adanya pergantian atau sebab kemunculan variabel terikat. Target Pasar menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini.
2. Variabel terikat, didefinisikan sebagai variabel akibat yang terdampak dikarenakan keberadaan variabel X. Siklus Pendapatan menjadi variabel Y dalam penelitian ini.

Skala likert memiliki tujuan untuk mengukur variabel. Sugiyono (2015:134) menyatakan skala Likert digunakan dengan tujuan untuk melakukan evaluasi terhadap perilaku, pola pikir, dan opini individu atau kelompok terkait fenomena sosial. Seluruh butir jawaban dari setiap instrumen dilakukan pengukuran dengan mengaplikasikan skala likert dimulai dari gradiasi sangat negatif hingga sangat positif, berikut tabel penilaian skala likert:

Gambar 2
Skala Penilaian Pernyataan

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sugiyono 2015

Matrix Operational Variable

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Ket
Targeting (Kotler & Keller, 2016) (X)	Pengaruh Target Pasar	Single Segment Concentration	Narrative Caffeine Supply hanya cocok untuk kalangan muda	Interval	Q1
		Selective Specialization	Narrative Caffeine Supply cocok untuk beberapa kalangan tertentu	Interval	Q2
		Product Specialization	Narrative Caffeine Supply memiliki produk yang berkualitas	Interval	Q3
			Narrative Caffeine Supply memiliki menu yang bervariasi	Interval	Q4
			Harga yang ditawarkan Narrative Caffeine Supply sesuai dengan kualitas produk	Interval	Q5
			Tampilan produk Narrative Caffeine Supply menarik	Interval	Q6
		Market Specialization	Produk dan layanan Narrative Caffeine Supply sesuai dengan apa yang di harapkan	Interval	Q7
			Fasilitas sesuai dengan apa yang diharapkan	Interval	Q8
		Full Market Coverage	Narrative Caffeine Supply menyediakan kebutuhan produk dan fasilitas yang cocok dengan semua kalangan	Interval	Q9

Pendapatan (Romney dan Steinbart, 2015) (Y)	Siklus Pendapatan	Penjualan yang terjadi	Saya biasa memesan dengan jumlah yang banyak	Interval	Q10
			Saya kerap melakukan pengulangan pembelian	Interval	Q11
		Pendapatan yang diterima	Saya selalu menyediakan budget untuk pembelian produk di Coffee Shop	Interval	Q12
			Budget yang saya sediakan selalu mencukupi dalam pembelian produk di Coffee Shop	Interval	Q13

F. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015:35) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain.

Menurut Setyosari (2010), penelitian deskriptif merupakan penelitian dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan keberadaan suatu fenomena, objek, atau pun segala hal yang memiliki relasi dengan variabel yang mampu dideskripsikan menggunakan kata-kata maupun angka.

Maka dari itu, harus ada akumulasi data dari penelitian diatas karena diambil dari kejadian yang ada dengan menggunakan metode statistik peneliti dapat menguji variable bebas terhadap variable terikat. Dengan mengaplikasikan metode deskriptif, maka akan terlihat keterkaitan yang

sinergis antar variabel sehingga dapat memperjelas bayangan terkait objek yang dilakukan penelitian dan mampu ditarik kesimpulan.

Dilihat dari penjelasan di atas peneliti menyelenggarakan penelitian dengan mengamati keberadaan fenomena yang berlangsung sebagai objek penelitian lalu hipotesis yang telah ditentukan akan melalui tahap uji terlebih dahulu dengan analisis data.

2. Uji Validitas

Sugiyono (2015:267) menyatakan uji validitas merupakan indikator pengukur tingkat akurasi antara data yang ada pada objek suatu penelitian dengan intensitas yang didapat oleh peneliti. Ada pun tujuan dari uji validitas adalah agar dapat menilai keabsahan instrumen penelitian yang hendak dibagikan kepada publik. Teknik yang hendak diaplikasikan adalah teknik korelasi dengan koefisien korelasi *product moment*. Nilai ordinal dari tiap butir pertanyaan yang diuji tingkat validitasnya dikaitkan dengan nilai ordinal butir pertanyaan secara keseluruhan, jika koefisien korelasi memiliki nilai yang positif, maka butir pertanyaan tersebut dianggap valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid. Untuk mengukur valid atau tidak validnya sebuah kuisioner maka dapat dihitung :

- a) Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$, maka dianggap valid.
- b) Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$, maka dianggap tidak valid.

Kalkulasi atas validitas di atas menggunakan perhitungan korelasi produk dengan menggunakan metode menghitung keterkaitan antara nilai yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan. Rumus yang digunakan (Suharsimi Arikunto, 2010) :

Gambar 3

Rumus Uji Validitas

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien validitas item yang dicari (angka korelasi)

x : total skor variable x

y : total skor variable y

n : banyak responden

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2015:268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas diimplementasikan untuk menguji apakah alat yang digunakan dalam pengumpulan data tersebut merefleksikan tingkat keakuratan, kepastian, dan kestabilan dalam hal mengetahui suatu gejala tertentu dari sekelompok individu.

Suharsimi Arikunto (2010) memberikan pernyataan bahwa reliabilitas merujuk pada suatu instrumen cukup kapabel agar dapat dipercaya sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan data karena instrumen tersebut memiliki mutu yang cukup baik. Reliable diartikan sebagai sesuatu yang

dapat dipercaya, dimana instrumen yang reliabel akan menghasilkan suatu data yang dapat dipercaya.

Koefisien Alpha Cronbach (C) adalah statistik yang sering diperuntukan dengan tujuan untuk menguji tingkat reliabilitas suatu instrumen yang digunakan pada penelitian. Instrumen penelitian dapat dikategorikan memiliki tingkat reliabilitas yang mencukupi jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,60.

4. Uji Korelasi

Uji korelasi yang peneliti ambil adalah teknik korelasi produk momen yang diaplikasikan dengan tujuan untuk menemukan korelasi dan mencari pembuktian atas hipotesis keterkaitan dua variabel jika kedua variabel berbentuk rasio.

Sugiyono (2015) menyatakan terdapat dua jenis hubungan sebuah variabel yaitu positif dan negatif. Keterkaitan antar variabel dapat diartikan positif maupun negatif dapat dikarenakan jika ada kenaikan ataupun penurunan dari variabel X dan diikuti variabel Y. Hubungan variabel X dan Y dapat disebut koefisien korelasi (r). Indikasi nilai r paling banyak adalah 1 dan sebaliknya paling sedikit adalah 0 dimana dibagi menjadi tiga bagian yaitu jika $r = +1$ ataupun mendekati, korelasi variabel disebut sangat kuat dan positif, jika $r = -1$ ataupun mendekati, korelasi variabel tersebut sangat kuat dan negatif, jika $r = 0$ ataupun mendekati, korelasi variabel yang diteliti lemah atau tidak ada sama sekali.

Gambar 4

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

5. Uji Determinasi

Ghozali (2016:95) menyatakan bahwa uji determinasi ini digunakan dengan tujuan untuk mengukur kapabilitas model dalam menjelaskan seberapa besar dampak variabel bebas secara bersamaan (stimulan) memberikan pengaruh variabel terkait yang dapat ditentukan oleh nilai *adjusted R-squared* (R^2). Koefisien determinasi itu sendiri mencerminkan sejauh mana kontribusi variable bebas dalam model regresi mampu mendeskripsikan variasi dari variabel terkait. Semakin tinggi nilai R^2 maka dianggap semakin baik model prediksi dari model yang diajukan. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 semakin kecil atau mendekati 0 maka kemampuan variable terbuka menjelaskan terhadap variable terkait cukup terbatas, sebaliknya jika nilai R^2 semakin besar atau mendekati 1 maka variable terbuka memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable terkait.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa regresi liner sederhana berdasar kepada relasi fungsional atau kausal satu variable terbuka dan satu variable terkait. Rumus regresi linear sederhana :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Subjek dalam Variabel dependen yang diperkirakan

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b positif hasilnya naik, dan bila negatif akan terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

7. Uji F

Amalia dan Gani (2015:143) menyatakan bahwa uji F ini adalah uji untuk menentukan kelayakan suatu model. Model yang dapat dikatakan layak adalah model yang dapat memperkirakan populasi.

Jika nilai F suatu model regresi memenuhi kriteria yang telah di tentukan maka model regresi akan disebut layak. Formula untuk mencari F adalah :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

