

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Kopi Tuku di Jalan Cipete Raya Blok B No. 7 Cilandak, Jakarta Selatan 12410. Maka sasaran responden ialah pelanggan kopi tuku yang memenuhi kriteria yaitu pembeli yang melakukan transaksi lebih dari dua kali di *outlet* kopi tuku Cipete dan penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga bulan Juli 2022.

#### **B. Metode Penelitian**

Guna mempermudah penelitian dalam data dan menganalisis data maka penulis menggunakan metode dan pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif khalayak. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik dari suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survey, Metode survey adalah sebuah riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Secara umum metode survey terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitik). Dan

penelitian ini termasuk dalam penelitian survey eksplanatif (analitik) metode survey ini digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Peneliti tidak sekedar menggambarkan fenomena itu terjadi tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel.

Peneliti dituntut membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Sifat peneliti dapat dibagi menjadi 2 sifat: komperatif dan asosiatif. Komperatif bermaksud untuk membuat komperasi (membandingkan) antar variabel yang satu dengan variabel lainnya yang sejenis. Misalnya: “apakah ada perbedaan antara tingkat keputusan pembaca kompas dan jawa pos”. Dan asosiatif bermaksud untuk menjelaskan hubungan (kolerasi) antara variabel. Misalnya, “apakah ada hubungan antara pemilihan media dengan tingkat partisipasi pada pemilu?”.

### C. Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
<b>Sales Promotion</b> Kotler & Keller (2016:266)	<i>Consumer promotion</i>	1. <i>Coupons</i> 2. <i>Rabates</i> 3. <i>Price packs/cents-off-deals</i> 4. <i>Premium</i>
	<i>Trade promotion-buying allowance</i>	1. <i>Free gift</i> 2. <i>Merchandise</i>
	<i>Sales Force Promotion</i>	1. <i>Tie-in</i> 2. <i>Cross Promotions</i> 3. <i>Point of purchase</i>
<b>Loyalitas Pelanggan</b> Kotler dan Keller (2016:57)	<i>Repeat Purchase</i>	1. Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang produk. 2. Kesiediaan pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap produk.

(lanjutan tabel 3.1)

	<i>Retention</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak terpengaruh dengan promosi produk <i>coffee shop</i> lainnya.</li> <li>2. Kesiediaan pelanggan menjadikan Kopi Tuku menjadi pilihan utama.</li> </ol>
	<i>Reffeals</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan merekomendasikan produk kepada orang terdekat.</li> <li>2. Pelanggan bersedia memberikan saran dan kritik untuk kemajuan produk.</li> </ol>

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiono (2017, hal. 80 “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang memenuhi kriteria yang telah di tetapkan. Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah pelanggan kopi tuku cabang Cipete Jakarta Selatan yang pernah membeli produk tersebut lebih dari 2 kali yang berjumlah 250 pelanggan yang menjadi followers instagram @tokokopituku terhitung pertanggal 2 juni 2022

##### 2. Sampel

Setelah populasi ditentukan, peneliti menentukan sampel yang ingin di teliti. Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan penelitian ( Sujarweni, 2018, p.65). mengungkapkan

teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana nantinya untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik sampling dalam pengambilan sampel terbagi menjadi dua yaitu: *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan *sample* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota *sample* (Sujarweni, 2018, p.69). Sedangkan *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan *sample* yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi *sample* (Surjaweni, 2018, p.71).

Teknik sampel yang di gunakan pada penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan jenis *Simple random sampling*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dimana yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah pelanggan pria atau wanita pelanggan toko kopi tuku cabang cipete jakarta selatan. Setelah mendapatkan data pelanggan kopi tuku cabang cipete jakarta selatan yang berjumlah 250 orang.

Batas *error* atau kesalahan dalam penelitian ini adalah 10% jika peluang kesalahan 10% maka tingkat kepercayaannya sebesar 90%. Besarnya peluang melakukan *error* disebut taraf signifikansi, pemahaman taraf signifikansi sangat perlu dalam menggunakan metode statistik inferensial yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian.

Jumlah sampel penelitian adalah 71 orang dari total 250 pelanggan kopi tuku. Besarnya sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Rumus Slovin digunakan dalam perhitungan sampel sebagai yaitu berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{360}{250(0,01)^2 + 1} = \frac{250}{3,5} = 71.428 \text{ (71 sampel)}$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 250 diperoleh sampel sebesar 71 responden

### 3. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Pengukuran tingkat jawaban kuisisioner dilakukan dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert*. Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik (Sekaran, 2006: 31). Skala ini banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukan pertanyaan yang relevan, reliabilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi. Instrumen yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

Penelitian ini menggunakan sejumlah pernyataan yang tertera pada kuisisioner.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

#### a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang disebut juga angket. Penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk

mengukur sikap seseorang tentang suatu subjek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu subjek merupakan titik tolak dalam membuat pernyataan yang harus diisi responden.

Penggunaan instrumen dalam sebuah penelitian selain untuk pengukuran, juga agar menghasilkan data yang akurat sehingga setiap instrumen harus memiliki skala pengukuran (Sugiyono, 2011, p.135). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Likert. Skala Likert biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011, p. 136). Jawaban setiap instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari segi positif hingga sangat negatif. Sehingga pada penelitian ini, Skala Likert yang digunakan terdiri dari 4 pilihan yaitu (Sugiyono, 2011, p. 137).

**Tabel 3.2 Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Bobot Pertanyaan Positif</b>	<b>Bobot Pertanyaan Negative</b>
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Sumber: Sugiyono, 2011, p. 137

## **5. Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **A. Uji Validitas**

Validitas adalah merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu instrumen (alat ukur). Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Anshori & Iswati, 2017, p. 91).

Menurut Ibnu Hadjar dalam Sujarweni (2018, p.79), validitas suatu instrumen menunjukkan seberapa jauh ia dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam

mendefinisikan suatu variabel, sehingga dapat dilihat kolerasi antar item pernyataan yang ada. Terkait hasil Uji Validitas dikatakan valid apabila nilai  $r$  tabel  $< 0,05$   $r$  hitung (Sujarweni, 2018, p.83).

## B. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dianggap sebagai suatu instrumen yang dapat dipercaya atau digunakan sebagai alat pengumpul data dan juga mengukur variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data (ukuran) yang sama (Anshori & Iswati, 2017, p. 83).

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun bentuk kuisioner (Surjaweni, 2018, p.85) Uji reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel jika nilai  $\text{Alpha} > 0,60$ .

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Sales Promotion</i>	1	0,818	0,312	Valid
	2	0,620	0,312	Valid
	3	0,509	0,312	Valid
	4	0,314	0,312	Valid
	5	0,563	0,312	Valid
	6	0,580	0,312	Valid
	7	0,504	0,312	Valid
	8	0,540	0,312	Valid
	9	0,515	0,312	Valid
	10	0,441	0,312	Valid
	11	0,476	0,312	Valid
	12	0,761	0,312	Valid

(lanjutan tabel 3.3)

Loyalitas Pelanggan	1	0,657	0,312	Valid
	2	0,616	0,312	Valid
	3	0,404	0,312	Valid
	4	0,478	0,312	Valid
	5	0,452	0,312	Valid
	6	0,444	0,312	Valid
	7	0,495	0,312	Valid
	8	0,665	0,312	Valid
	9	0,547	0,312	Valid

Sumber data: Sumber Data: Hasil Output IBM SPSS,2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua butir pertanyaan yang sebagai indikator variabel *sales promotion* (SP), loyalitas pelanggan (LP) menunjukkan keseluruhan item pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal ini terjadi karena nilai signifikan keseluruhan indikator variabel  $< 0,05$ . Sehingga keseluruhan item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Sales Promotion</i> (SP)	0,783	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (SP)	0.674	Reliabel

Sumber Data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel dalam kuisisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Hal ini mampu menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan dapat memperoleh data yang konsisten yang bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

## 6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017, hal. 224) “Teknik analisis data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Metode analisis data, penelitian ini adalah regresi linier sederhana, karena variabel yang terlibat dalam penelitian ini ada dua, yaitu *sales*

*promotion* sebagai variabel bebas dan dilambangkan dengan X serta loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dan dilambangkan dengan Y.

Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Sampel diambil secara random (acak)
2. Variabel X dan variabel Y mempunyai hubungan yang
3. kausal, dimana X merupakan sebab dan Y merupakan akibat.
4. Nilai Y mempunyai penyebaran yang berdistribusi normal.
5. Persamaan tersebut hendaknya benar-benar linier.

Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka analisis regresi linier sederhana tidak dapat di lanjutkan.