

III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *coffee shop* yang terletak pada Kota Jambi Provinsi Jambi. Fokus utama objek penelitian ini adalah keputusan pembelian minuman kopi. Penelitian ini akan dilakukan di Kedai Xyz di Kota Jambi berlokasi di Jl.Karya Maju No.146 RT.15, Simpang IV Sipin, Kecamatan. Telanaipura, Kota Jambi. Lokasi ini dipilih dengan sengaja, sebab kedai Xyz ialah sebuah kedai kopi nusantara yang bergerak dalam proses pemasaran kopi baik dalam bentuk bubuk atau biji sangrai kopi, proses penyangraian, roasting biji kopi dan bahkan penyediaan bahan baku.

Ruang lingkup penelitian ini di fokuskan untuk mengkaji analisis faktor-faktor yang memiliki pengaruh atas keputusan pembelian minuman kopi di Kedai Xyz di Kota Jambi. Kurun waktu penelitian dilakukan dari bulan juni sampai juli 2022. Adapun berbagai hal yang diperlukan dalam menunjang riset ini antara lain :

1. Identitas pemilik usaha *coffee shop*, seperti umur tingkat pendidikan, pengalaman usaha.
2. Identitas konsumen, seperti nama, jenis kelamin, usia, alamat, pendidikan, status pernikahan, pekerjaan.
3. Keputusan pembelian minuman kopi.
4. Menu minuman di *coffieshop* Xyz.
5. Jumlah konsumen *coffieshop* Xyz.
6. Data-data lainya yang berkaitan dengan riset ini.

3.2. Sumber Data

Jenis data dalam peneitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan wawancara terstruktur kepada sumbernya yaitu responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan oleh peneliti menggunakan beberapa tahapan antara lain :

1. Metode kuesioner. Pengumpulan data yang dilaksanakan peneliti melalui cara memberikan sejumlah pernyataan maupun pernyataan tertulis untuk responden agar di jawab oleh responden. Kuesioner dilakukan untuk memperjelas serta mendukung hasil pengumpulan data. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Adapun skala yang digunakan adalah skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi yang sangat positive sampai negative, dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor diantaranya.

- a. SS : Sangat Setuju (5)
- b. S : Setuju (4)
- c. KS : Kurang Setuju (3)
- d. TS : Tidak Setuju (2)
- e. STS: Sangat Tidak Setuju (1)

2. Metode wawancara. Pengumpulan data yang dilaksanakan peneliti melalui cara memberikan sejumlah pernyataan maupun pernyataan tertulis untuk responden agar di jawab oleh responden karyawan Kedai Xyz di Kota Jambi. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai (Arikunto, 2010 : 270). Metode ini digunakan sebagai metode bantu untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.4. Metode Pengambilan Sampel

1. populasi

Populasi yaitu sebuah kawasan yang umumnya mencakup suatu subjek maupun objek dengan ciri khas atau kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari serta asumsinya bisa digunakan. Menurut Ridwan dan Kuncoro dalam Kurniawan (2011), menyatakan populasi adalah keseluruhan dan karakteristik atau

unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan mengonsumsi kopi lebih dari 2 kali di Kedai Xyz.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Unsur yang dipilih sebagai sampel yakni unsur sampling. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu dengan cara mencari objek yang diteliti, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Menurut Bailey dalam Andriani (2014), untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 3 dengan rumus dimana ukuran populasi tidak diketahui dan diasumsikan populasi berdistribusi normal. Senada dengan pendapat tersebut, Roscoe dan Andriani (2014). Menyatakan ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30-500. Berkaitan dengan penelitian ini yang jumlah populasinya tidak diketahui dan berdasarkan pernyataan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden dengan kriteria jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir konsumen dalam membeli minuman di Kedai Xyz Kota Jambi.

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan cara penelitian analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis permasalahan yang diwujudkan dengan data yang didapat dijelaskan secara kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantitatifkan data-data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam analisis data.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi logistik. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini analisis yang di gunakan adalah analisis deskriptif dan metode regresi logistik biner, dimana analisis deskriptif yang digunakan bertujuan untuk mengetahui

bagaimana gambaran umum mengenai pembelian minuman kopi pada Koffie Kopi di Kota Jambi. Sedangkan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Koffie Kopi di Kota Jambi menggunakan metode regresi logistik biner guna untuk melihat seberapa besar pengaruh psikologis, situasional dan sosial terhadap keputusan pembelian minuman kopi.

Alasan pemilihan metode ini adalah bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat non metrik pada variabel dependen, sedangkan variabel independen merupakan campuran antara variabel kontinyu (data metrik) dan katagorial (non metrik). Analisis logistik digunakan untuk menggunakan data kuantitatif yang mencerminkan dua pilihan atau biasa disebut regresi logistik (Ghozali,2011). Regresi logistik bertujuan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya. Analisis regresi logistik dilakukan dengan menggunakan SPSS. Tahapan dalam analisis logistik terdiri dari statistik dapat dijelaskan sebagai berikut.

3.5.1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dimaksud agar data yang telah terkumpul dapat diberikan makna yang berguna untuk pemecahan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator pada variabel penelitian. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju

Tabel 3. Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sanagat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2019)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk ceklist ataupun pilihan ganda, sehingga diperoleh berbagai gambaran informasi mengenai faktor psikologis, situasional, dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi. Selanjutnya analisis dilanjutkan dengan menggunakan analisis tabulasi sederhana dengan perhitungan dan rata-rata bobot sebagai berikut :

$$P = \frac{fi}{\sum fi}$$

Keterangan

P = Persentase responden yang memilih kategori tertentu

fi = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu

$\sum fi$ = Banyaknya jumlah responden

3.5.2. Metode Regresi Logistik Biner

Regresi tobit merupakan model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu masalah dengan variable respon yang tersensor. Tersensor sendiri dalam hal yaitu variabel respon (Y) mempunyai stuktur data campuran yang berasal dari distribusi diskret dan distribusi kontinu.

3.5.2.1 Model Umum Regresi Logistik Biner

Regresi logistik biner merupakan salah satu metode statistika yang berguna untuk melihat hubungan suatu variabel respon (Y) yang memiliki skala kategorik

dengan dua atau lebih variabel prediktornya (X) dengan tujuan membentuk model regresi. Model logit tergolong model respon yang menggunakan variabel terikat memiliki probabilitas antara 0 dan 1. Dalam menjelaskan hubungan linier antara variabel penjelasan serta probabilitas model logistik biner dianggap paling cocok. Selain itu, paling sesuai dalam menjelaskan hubungan non linier antara probabilitas dan variabel penjelas. Selain itu, pendugaan dengan model logit dapat menentukan besarnya peluang setiap variabel berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan model logit bisa menentukan besarnya peluang pada masing-masing variabel yang memiliki pengaruh atas variabel dependen, seperti berikut :

$$P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \sum \beta_i X_i) = \frac{1}{1 + e^{-z_i}}$$

Keterangan:

P_i = Probabilitas bahwa keputusan konsumen dalam pembelian minuman kopi atau keputusan konsumen dalam pembelian minuman non kopi.

e = Dasar logaritma alami (kira-kira = 2,718)

X_i = Variabel Penjelas

$\alpha\beta_i$ = Parameter yang diestimasi

Rasio Odds (peluang) menerangkan rasio probabilitas (P_i) bahwasannya keputusan konsumen ketika pembelian minuman kopi ($1-P_i$) bahwa keputusan konsumen dalam pembelian minuman non kopi.

$$(1 - P_i) = \frac{1}{1 + e^{-z_i}} \dots\dots\dots(1)$$

Oleh karena itu,

$$\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \left(\frac{1+e^{z_i}}{1+e^{-z_i}}\right) = e^{z_i} \dots\dots\dots(2)$$

Berdasarkan logaritma natural yang diambil, maka:

$$Z_i = L_n \left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_m X_m \dots\dots\dots(3)$$

Apabila gangguan masuk dalam rumus, maka:

$$Z_i = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i X_i + \mu_i \dots \dots \dots (4)$$

Aplikasi model tersebut untuk riset ini ialah sebagai berikut:

$$Y = b_e + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

- y = 1: Keputusan pembelian minuman kopi
- y = 0 : Keputusan pembelian minuman non kopi
- X₁ = faktor psikologis
- X₂ = faktor situasional
- X₃ = faktor sosial
- e = error

3.5.3 Uji Hipotesis

a. Uji f (simultan)

Uji f (*omnibus tests of model coefficients*) merupakan uji statistic secara simultan. Dalam peneitian ini akan menguji apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Untuk menentukan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05 untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak.

1. H₁ = Terdapat Faktor psikologis (X₁) Faktor situasional (X₂) dan Faktor sosial (X₃) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.
 H₀ = Tidak terdapat Faktor psikologis (X₁) Faktor situasional (X₂) dan Faktor sosial (X₃) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.
2. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis:
 - 1) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan (*P-Value*) > 0,05 = maka H₀ ditolak H₁ diterima, artinya model independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $(P-Value) < 0,05$ = maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi dependen.

b. Uji Parsial (Uji T)

H_{a1} = Terdapat Faktor psikologis (X_1) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

H_{o1} = Tidak terdapat Faktor psikologis (X_1) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

H_{a2} = Terdapat Faktor situasional (X_2) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

H_{o2} = Tidak terdapat Faktor situasional (X_2) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

H_{a3} = Terdapat Faktor sosial (X_3) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

H_{o3} = Tidak terdapat Faktor sosial (X_3) yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi.

$H_0 : \beta_1 = 0$, Berarti tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Berarti ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

Nilai t hitung dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{Bi}{Sbi}$$

Dimana :

B = Koefesien regresi hasil estimasi

Sbi = Simpangan baku atau standar error

Nilai t hitung selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df) dengan tingkat keyakinan tertentu dengan keputusan sebagai berikut :

t hitung $>$ t tabel, artinya H_0 ditolak dan menerima H_a .

t hitung $<$ t tabel, artinya H_0 diterima dan menolak H_a .

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan tujuan melihat seberapa tinggi variasi variable independen bisa menjelaskan variasi variable dependen dengan baik. Yang mana jika nilai R^2 berada di sekitar 1 maka terdinkasi adanya hubungan yang kuat antara variabel dependen dengan variabel independen dalam penggunaan model tersebut dibetulkan. Agus Widarjono (2018) mengatakan koefisien determinasi berguna untuk mencari tahu besarnya pengaruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya determinan (R^2) bisa dihitung dengan persamaan berikut ini:

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

Dimana:

R^2 = coefficient determination

ESS = Jumlah kuadrat residual

TSS = Total jumlah kuadrat residual

n = Total observasi

K = Jumlah parameter (termasuk intersep)

3.6. **Konsepsi Pengukuran**

1. Variabel penelitian yaitu objek yang bentuknya apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari agar memperoleh informasi yang terkait dengan masalah penelitian dan bisa ditarik kesimpulannya.
2. Variabel dependen (variabel terikat atau konsekuan endogen) yaitu variable yang merupakan fokus utama pada penelitian. Analisis atas variabel dependen memungkinkan untuk bisa mendapatkan jawaban serta dapay menyelesaikan sebuah masalah. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian minuman kopi.
3. Variabel independent (variabel bebas atau eksogen atau anteseden) yaitu variabel yang berpengaruh untuk variabel dependen baik secara positive atau negative. Variabel ini dikatakan bebas sebab variabel tidak dipengaruhi variabel sebelumnya (enteseden) serta hanya

mempengaruhi variabel sesudahnya (konsekuen). Variabel kualitas produk, harga produk serta brand image sebagai variabel independent dalam riset ini.

4. Variabel laten/kontruks adalah variabel yang tidak diamati secara langsung atau variabel yang didefinisikan maupun dibentuk oleh variabel teramati. Pada penelitian ini yang termasuk variabel laten yakni: faktor-faktor yang memiliki pengaruh atas perilaku konsumen serta perilaku produsen.
5. Perilaku konsumen adalah aktivitas yang terlibat secara langsung untuk membuang sebuah produk atau jasa, mendapatkan, mengomsumsi, serta termasuk keputusan yang mendahului tindakan-tindakan tersebut.
6. Perilaku konsumen adalah proses seseorang yang berkaitan dengan penggunaan, pencarian, pemilihan serta mengavaluasi produk maupun jasa agar kebutuhan serta keinginan konsumen terpenuhi.
7. Perilaku produsen yaitu konsep yang mendefinisikan tentang bagaimana sikap produsen ketika berupaya untuk menghasilkan produksinya.
8. Produsen yaitu orang atau sebuah badan usaha maupun perusahaan yang memiliki fungsi menetapkan nilai guna suatu barang maupun jasa agar bisa memproduksi barang yang bisa dikonsumsi dan memenuhi kebutuhan konsumen.
9. Produksi dimana tiap aktivitas yang dilakukan bisa meningkatkan nilai guna sebuah barang. Perilaku produsen yaitu kegiatan aturan produksi agar produk yang diciptakan tinggi kualitasnya dan masyarakat bisa menerimanya.
10. Kopi adalah salah satu produk agroindustri pangan yang diminati masyarakat sebab mempunyai aroma khas yang tak dipunyai oleh bahan minuman lain.
11. *Coffee shop* adalah suatu tempat yang menyajikan olahan dari biji kopi, menyediakan layanan produk pengolahan kopi, dan kopi siap saji.

12. Keputusan pembelian yakni langkah-langkah penilaian keputusan yang menyebabkan konsumen menunjukkan sebuah pilihan.
13. Minuman kopi berasal dari hasil seduhan biji kopi yang di sangrai kemudian dihaluskan agar bentuknya berupa bubuk.
14. Faktor penjualan yaitu dengan cara apa sebuah perusahaan dapat barangnya.
15. Harga yakni biaya tagihan terhadap sebuah barang maupun jasa, atau total keseluruhan yang di berikan konsumen agar memperoleh untung dari mempunyai maupun memakai sebuah jasa atau produk.
16. Keputusan pembelian ialah tahapan pada aktivitas mengambil keputusan yang mana customer benar-bener melakukan pembelian.
17. Keputusan pembelian yaitu langkah penilaian keputusan yang membuat konsumen memperlihatkan pilihannya dalam membeli.
18. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden, dimana melakukan penyebaran daftar pertanyaan pada konsumen Kedai Xyz di Kota Jambi.