

III. METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode deskriptif kualitatif dimana peneliti menganalisis pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

Menurut Nazir (1988) metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan keberadaan informasi yang cukup banyak dan lokasi mudah dijangkau sehingga memudahkan pada saat penelitian berjalan. Alamat dari Kedai Dongeng Kopi ini sendiri yaitu di Perum Soka Asri Permai Blok AB no 3, Kadisoka, Purwomartani, Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

A. Metode Pengambilan Sampel

1. Sampel Responden

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi (Arifin, 2008). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen kopi arabika di

Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.

Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik ini melibatkan beberapa konsumen kopi arabika yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini diambil dari konsumen yang berlangganan ataupun yang pernah membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi yaitu sebanyak 100 orang responden. Pengambilan sampel dilakukan pada hari senin hingga hari jumat, sedangkan hari sabtu dan hari minggu tidak dilakukan pengambilan sampel dikarenakan tidak ada jam operasional Kedai Dongeng Kopi. Pada hari sabtu dan minggu merupakan jadwal *roasting beans* atau pemanggangan biji kopi untuk persediaan konsumsi di hari senin hingga jumatnya. Untuk jadwal pengambilan sampel yaitu :

Tabel 1. Jadwal Pengambilan Sampel Responden

Minggu ke-	Hari	Pukul (WIB)	Total Responden
1	Senin	10.00 – 15.00	15
	Selasa	13.00 – 17.00	10
	Rabu	10.00 – 15.00	12
	Kamis	10.00 – 12.00	5
	Jumat	09.00 – 11.00	4
2	Senin	10.00 – 15.00	17
	Selasa	13.00 – 17.00	5
	Rabu	10.00 – 15.00	20
	Kamis	10.00 – 12.00	7
	Jumat	09.00 – 11.00	5
Jumlah			100

B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari proses wawancara mendalam dengan pemilik kedai dan beberapa karyawannya serta alat bantu kuisioner yang digunakan untuk

mendapatkan informasi penelitian dari responden. Data sekunder didapat dari informasi media online seperti situs kependudukan daerah dan badan pusat statistik Kabupaten Sleman, maupun informasi melewati perantara informan yang ada pada lokasi penelitian dengan cara mencatat maupun mendokumentasikan untuk memenuhi data yang diinginkan peneliti.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Profil Kedai Dongeng Kopi merupakan identitas atau ciri khas tersendiri dan menjadi pembeda dengan kedai kopi yang lainnya. Adapun profil Kedai Dongeng Kopi meliputi:

- a) Lokasi merupakan tempat kedai kopi tersebut berdiri dan beroperasi.
- b) Fasilitas merupakan kelengkapan sarana prasarana yang disediakan untuk kepentingan umum. Fasilitas di Kedai Dongeng Kopi meliputi ruang bagi konsumen, *smoking area*, buku bacaan dan kelas seduh kopi.
- c) Manajemen merupakan cara pengelolaan kedai kopi yang dilakukan secara baik dan profesional. Di dalam pengelolaan manajemen terdapat fungsi dan struktur organisasi.
- d) Menu merupakan daftar produk yang dijual kepada konsumen yang berkunjung ke kedai kopi.

2. Profil konsumen merupakan ciri khas dan latar belakang diri sendiri yang membedakan dengan konsumen lainnya. Adapun profil konsumen meliputi :

- a) Usia merupakan satuan waktu yang mengukur keberadaan manusia. Usia konsumen dihitung dari mereka lahir hingga saat ini dengan satuan tahun.
- b) Jenis kelamin merupakan perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara

biologis sejak lahir.

- c) Tingkat pendidikan merupakan jenjang waktu selesai belajar formal konsumen. Dapat dikelompokkan menjadi SD, SMP, SMA, Diploma dan Sarjana.
 - d) Pekerjaan merupakan profesi saat ini yang dilakukan oleh konsumen setiap harinya. Dapat dikelompokkan menjadi pelajar/mahasiswa, wiraswasta, Pegawai Negeri Sipil dan karyawan swasta
 - e) Pendapatan merupakan suatu hasil yang didapatkan konsumen berupa uang dalam waktu satu bulan. Bagi responden yang belum memiliki pendapatan maka jumlah pendapatan berasal dari uang saku yang diberikan orang tua atau keluarga kepada mereka setiap bulannya dengan satuan rupiah.
1. Loyalitas konsumen merupakan kesetiaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau jasa secara konsisten. Adapun tingkatan loyalitas konsumen terhadap merek antara lain; berpindah-pindah (*switcher*), konsumen yang bersifat kebiasaan (*habitual buyer*), konsumen yang puas dengan biaya peralihan (*satisfied buyer*), konsumen yang menyukai merek (*likes the brand*), konsumen yang komit (*committed buyer*)

Tabel 2. Skor Loyalitas Konsumen terhadap kopi arabika Kedai Dongeng Kopi

Indikator-indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
1. Switcher					
a) Konsumen membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi karena harganya murah	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
b) Konsumen membeli kopi arabika di Kedai Dongeng kopi karena ketersediaan produk	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
2. Habitual Buyer					
a) Konsumen membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi karena sudah terbiasa	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
b) Konsumen membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi karena lokasinya dekat	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
c) Konsumen membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi karena kegemaran	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
3. Satisfied Buyer					
a) Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
b) Konsumen merasa puas dengan rasa kopi arabika	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
c) Konsumen merasa puas dengan fasilitas yang diberikan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
d) Konsumen merasa puas dengan kenyamanan lingkungan Kedai	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
4. Likes the brand					
a) Konsumen benar-benar menyukai kopi arabika berdasarkan diri sendiri	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju

Lanjutan Tabel 2

	Indikator- indicator	Skor				
		1	2	3	4	5
b)	Konsumen merasa kualitas kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi lebih baik	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
c)	Konsumen sudah berpengalaman dalam membeli kopi arabika	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
5. Committed Buyer						
a)	Konsumen merasa bangga mengkonsumsi kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
b)	Konsumen akan mempromosikan dan menyarankan kepada orang lain untuk membeli kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
c)	Konsumen sangat mementingkan kualitas kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju

2. Evaluasi produk merupakan proses dalam mengukur dan menginterpretasikan produk dalam keputusan pembelian secara umum. Pada penelitian ini menggunakan atribut evaluasi produk meliputi kualitas, rasa, kemasan, menu, penyajian, pelayanan, sarana edukasi dan kenyamanan tempat.
- Kualitas merupakan standar minuman kopi yang aman dan baik untuk dikonsumsi.
 - Rasa merupakan sifat dari minuman kopi itu sendiri. Rasa pada minuman kopi yaitu tidak pahit ataupun tidak terlalu manis serta tidak terbuat dari pemanis buatan.
 - Kemasan merupakan tempat penyajian menu minuman kopi yang memudahkan konsumen dalam mengkonsumsinya.

- d) Menu merupakan beberapa varian produk kopi yang dijual kepada pelanggan di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.
- e) Penyajian merupakan cara produsen menyajikan menu kopi yang menarik seperti halnya *latte art*.
- f) Pelayanan merupakan cara interaksi karyawan dengan pelanggan yang datang ke Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.
- g) Sarana edukasi merupakan bentuk pengenalan dan pelatihan kelas seduh kopi yang disediakan oleh pihak produsen dari Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta.
- h) Kenyamanan tempat merupakan suatu kondisi seseorang merasa nyaman berdasarkan persepsi masing-masing individu terhadap suatu tempat. Kenyamanan tempat dapat berupa tempat yang sejuk, kebersihan yang terjaga maupun suasana yang tenang.

Tabel 3. Skor Atribut Produk di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta

Indikator-indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
1. Kualitas					
Kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi memiliki kualitas bahan baku yang baik	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
2. Rasa					
Kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi memiliki rasa yang tidak pahit dan tidak terlalu manis, serta rasa manisnya tidak terbuat dari pemanis buatan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
3. Kemasan					
Kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi memiliki kemasan dalam gelas yang sesuai	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju

Lanjutan Tabel 3

Indikator-indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
4. Menu Kedai Dongeng Kopi memiliki berbagai varian menu kopi yang disediakan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
5. Penyajian Kedai Dongeng Kopi memiliki penyajian menu kopi yang menarik	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
6. Pelayanan Kedai Dongeng Kopi memiliki pelayanan yang cepat, cermat, dan tepat	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
7. Sarana edukasi Kedai Dongeng Kopi memberikan sarana edukasi tentang kopi yang baik bagi para pelanggan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
8. Kenyamanan Tempat Kedai Dongeng Kopi memiliki fasilitas yang baik dan tempat yang bersih	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji ketepatan dan ketelitian sebuah alat ukur untuk mengukur beberapa indikator pada penelitian. Pada penentuan layal ataupun tidak layak biasanya akan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada nilai signifikansi 0,05. Uji validitas dan reliabilitas masing-masing menggunakan program SPSS dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dan *Corrected Item-Total Correlation*. Berikut rumus *Bivariate Pearson* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total

n = banyaknya subjek

Uji reliabilitas menggunakan program SPSS dengan cara menguji nilai Alpha Cronbach's. Keputusan dalam uji reliabilitas tepat apabila nilai Alpha lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan reliabel atau konsisten pada alat ukurnya.

Untuk menentukan nilai Alpha dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum st^2}{st^2} \right]$$

Keterangan :

R_{11} = reliabilitas tes secara keseluruhan

N = banyak butir soal (item)

$\sum St^2$ = jumlah varians skor tiap item

St^2 = varians skor total

Pada variabel tingkat loyalitas, sebelumnya dilakukan uji validitas yang digunakan untuk mengetahui kevalidan angket atau kuesioner dalam mengumpulkan data. Pada penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5 % dengan dikatakan valid apabila nilai R hitung $>$ R tabel begitu juga sebaliknya dengan jumlah sampel responden 20 orang. Berikut hasil uji validitas pada tingkat loyalitas konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Loyalitas

No	Indikator	R hitung	R tabel signifikasi 5%	Keterangan
1	Harga	0,45	0,444	Valid
2	Ketersediaan Produk	0,532	0,444	Valid
3	Kebiasaan	0,481	0,444	Valid
4	Lokasi	0,545	0,444	Valid
5	Kegemaran	0,446	0,444	Valid
6	Pelayanan	0,655	0,444	Valid
7	Rasa	0,509	0,444	Valid
8	Fasilitas	0,523	0,444	Valid
9	Kenyamanan	0,450	0,444	Valid
10	Menyukai Produk	0,547	0,444	Valid
11	Kualitas	0,654	0,444	Valid
12	Berpengalaman	0,806	0,444	Valid
13	Kebanggaan	0,509	0,444	Valid
14	Menyarankan	0,454	0,444	Valid
15	Mementingkan Produk	0,554	0,444	Valid

Dari hasil analisis uji validitas pada variabel tingkat loyalitas didapat bahwa semua item dalam angket atau kuesioner dikatakan valid dengan nilai R hitung masing-masing lebih dari nilai R tabel. Selanjutnya yaitu uji reliabilitas variabel tingkat loyalitas. Pada uji reliabilitas, variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha > R$ tabel. Berikut hasil uji reliabilitas variabel tingkat loyalitas konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Loyalitas

Variabel	Nilai Koefisien	R tabel 5%	Keterangan
Tingkat Loyalitas	0,538	0,444	Reliabel

Dari hasil analisis diketahui bahwa item pada angket atau kuesioner memiliki nilai yang reliabel atau dapat diterima. Artinya pertanyaan pada masing-masing variabel layak untuk dijadikan angket atau kuesioner. Uji validitas dari variabel atribut produk pada penelitian ini menggunakan nilai signifaikasi 5 %. Item angket atau kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai R hitung $> R$ tabel. Berikut

hasil uji validitas dari variabel atribut produk dengan diambil sampel responden berjumlah 20 orang.

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Validitas Atribut Produk

No	Indikator	R hitung	R tabel signifikasi 5%	Keterangan
1	Kualitas	0,447	0,444	Valid
2	Rasa	0,543	0,444	Valid
3	Kemasan	0,673	0,444	Valid
4	Menu	0,616	0,444	Valid
5	Penyajian	0,631	0,444	Valid
6	Pelayanan	0,457	0,444	Valid
7	Sarana Edukasi	0,612	0,444	Valid
8	Kenyamanan Tempat	0,445	0,444	Valid

Dari hasil uji validitas atribut produk diketahui bahwa nilai R hitung pada seluruh item lebih besar dari R tabel. Artinya item pada variabel atribut produk dapat dikatakan valid. Selanjutnya variabel diuji kereliabilitasnya untuk memastikan variabel tetap konsisten dan reliabel dalam penelitian. Berikut hasil uji reliabilitas atribut produk.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Atribut Produk

Variabel	Nilai koefisien	R tabel 5 %	Keterangan
Atribut Produk	0,580	0,444	Reliabel

Hasil uji reliabilitas variabel atribut produk memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari r tabel yang artinya item dari variabel reliabel dan konsisten untuk penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara deskriptif untuk menjelaskan profil kedai & konsumen, tingkat loyalitas konsumen serta evaluasi atribut produk dalam pembelian di Kedai Dongeng Kopi. Atribut produk meliputi kualitas, rasa, kemasan, menu, penyajian, pelayanan, sarana edukasi dan

kenyamanan tempat. Sedangkan untuk tingkat loyalitas konsumen meliputi lima tingkatan yaitu *switcher*, *habitual buyer*, *likes the brand* dan *committed buyer*.

1. Analisis Profil Kedai dan Konsumen

Analisis profil kedai dan konsumen menggunakan analisis deskriptif dengan menggambarkan kondisi kedai dan konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta. Selanjutnya data akan diinterpretasikan berdasarkan hasil tabel dari masing-masing komponen.

2. Analisis Tingkat Loyalitas

Tingkat loyalitas dapat diukur dengan mengetahui nilai dari variabel loyalitas dan selanjutnya ditentukan terlebih dahulu selang kelas dan klasifikasi responden (Heri Priana, 2012). Berikut tahap-tahap dalam menentukan tingkat loyalitas konsumen :

- a) Untuk menentukan apakah responden termasuk dalam tingkat loyalitas tertentu maka akan dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu responden yang termasuk dalam tingkatan tertentu dan responden yang tidak termasuk.

- b) Menentukan kisaran

$$R = X_t - X_r$$

R = Kisaran

X_t = Nilai pengamatan tertinggi

X_r = Nilai pengamatan terendah

- c) Membuat selang kelas

$$I = \frac{R}{K}$$

R = Kisaran

K = Banyaknya kelompok dalam kelas

Berdasarkan tahapan penentuan klasifikasi responden tersebut, maka diketahui bahwa selang kelas dan klasifikasinya sebagai berikut :

Tabel 8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Loyalitas

No	Indikator	Kisaran	Selang Kelas	Klasifikasi	
				Tidak Termasuk	Termasuk
1	Switcher	R = 10-2 = 8	I = 8/2 = 4	2 - ≤ 6	> 6 - 10
2	Habitual buyer	R = 15-3 = 12	I = 12/2 = 6	3 - ≤ 9	> 9 - 15
3	Satisfied buyer	R = 20-4 = 16	I = 16/2 = 8	4 - ≤ 12	> 12 - 20
4	Likes the brand	R = 15-3 = 12	I = 12/2 = 6	3 - ≤ 9	> 9 - 15
5	Committed buyer	R = 15-3 = 12	I = 12/2 = 6	3 - ≤ 9	> 9 - 15

3. Analisis Evaluasi Produk Yang Dilakukan Konsumen Terhadap Kopi Arabika di Kedai Dongeng Kopi Yogyakarta

Atribut produk menggunakan skala pengukuran guna menentukan rentang interval yang nantinya akan diinterpretasikan.

$$\text{Rentang interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Penting
1,81 – 2,60	Tidak Penting
2,61 – 3,40	Cukup Penting
3,41 – 4,20	Penting
4,21 – 5	Sangat Penting