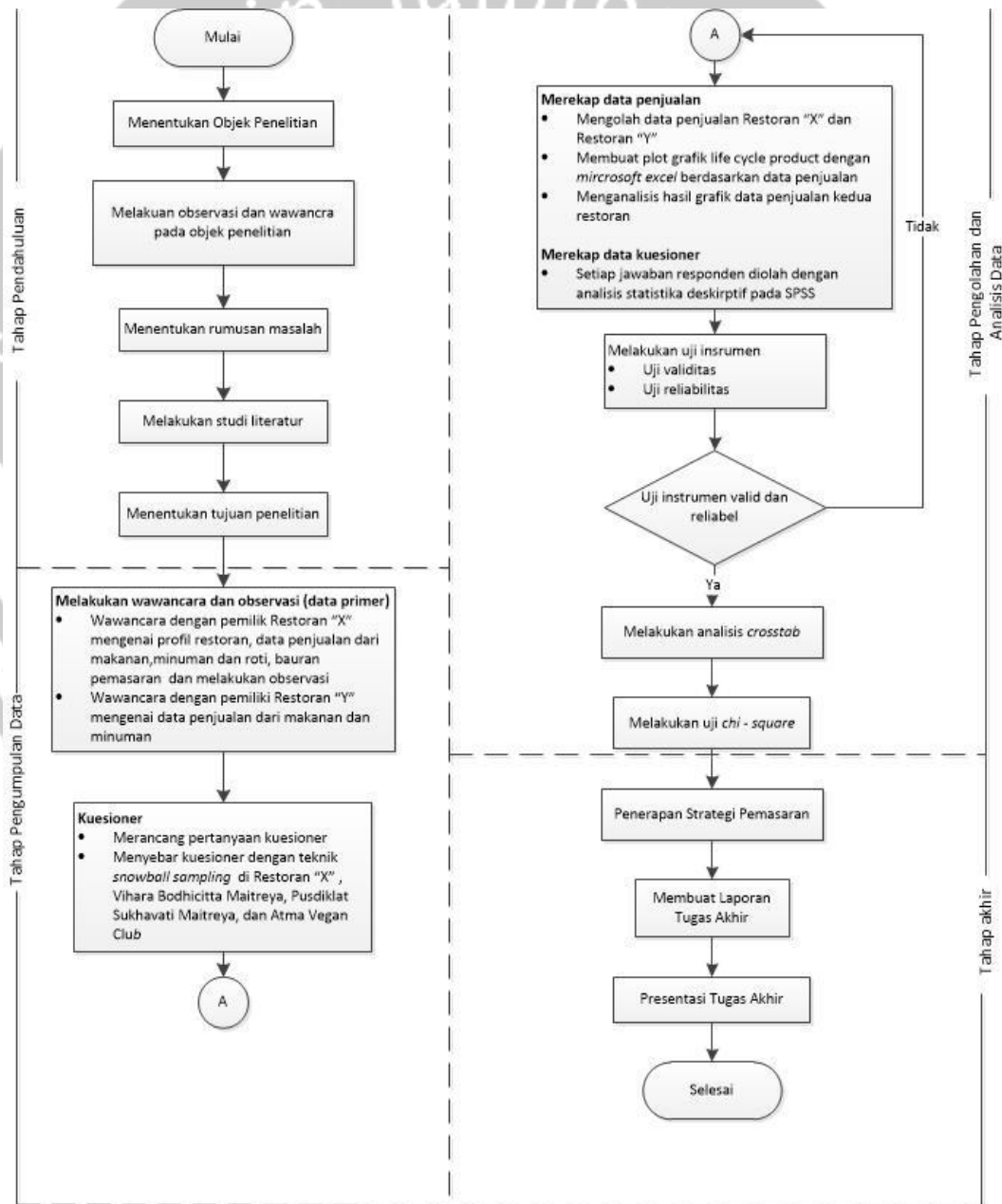


BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tahapan dalam melakukan penelitian dari awal penelitian hingga akhir penelitian. Terdapat empat tahap dalam metodologi penelitian ini yaitu tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan dan analisis data, dan tahap akhir. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Diagram Alir Metodologi Penelitian

3.1. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan merupakan tahap pertama dalam melakukan penelitian. Pada tahap ini, kegiatan awal yang dilakukan adalah menentukan tempat penelitian, observasi dan *interview* di lapangan, rumusan masalah, studi literatur, dan tujuan penelitian. Tempat penelitian yang dipilih adalah restoran vegan yaitu Restoran “X” yang beralamat di Jalan Jogonegaran No.49E, Yogyakarta. Tahap selanjutnya adalah peneliti melakukan wawancara dan observasi, tujuannya untuk mengetahui kondisi dan permasalahan yang terjadi di restoran. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, maka diperoleh latar belakang dan permasalahan yang digunakan untuk topik penelitian yaitu siklus hidup produk Restoran “X” dengan melihat penjualan yang tidak memenuhi target. Tujuan dari penelitian yaitu membantu Restoran “X” untuk menentukan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan restoran lain dan untuk meningkatkan penjualan dengan melihat siklus hidup produk restoran. Studi literatur dilakukan untuk membantu peneliti memahami permasalahan di restoran. Peneliti mencari referensi dengan topik yang sejenis dari bantuan jurnal, buku, dan tugas akhir penelitian terdahulu.

3.2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan penulis untuk mengumpulkan data dan keterangan dari sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Tahap pengumpulan data meliputi metode pengambilan data, jenis data yang digunakan, kuesioner, dan dokumentasi.

3.2.1. Metode Pengambilan Data

Pada penelitian ini terdapat 2 cara pengambilan data, yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari sumber, wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang telah disiapkan. Pertanyaan diajukan kepada pemilik restoran dan konsumen. Pertanyaan meliputi profil perusahaan, data penjualan, dan tanggapan mengenai keterlaksanaan bauran pemasaran, dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara di tempat yang berbeda yaitu di Restoran “X” sebagai topik penelitian dan membandingkan dengan restoran vegan lainnya yaitu “Y”. Peneliti melakukan wawancara di “Y” hanya untuk mengetahui data penjualan yang nantinya akan digunakan sebagai pembanding untuk mengetahui siklus hidup produk restoran vegan di Yogyakarta, sedangkan untuk observasi

dilakukan dengan cara melihat langsung masalah yang terjadi pada restoran. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi dengan mengamati kegiatan produksi, peralatan dan sarana restoran. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan orang dan lingkungan Restoran "X", untuk kegiatan observasi peneliti hanya melakukan observasi di Restoran "X".

3.2.2. Jenis Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Peneliti menggunakan data primer karena langsung dari tangan peneliti. Data primer merupakan data yang didapatkan dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik studi (Uma, 2011). Pada penelitian ini peneliti menggunakan data penjualan makanan dan minuman pada tahun 2015 sampai tahun 2017, yang didapatkan langsung dari sumber aslinya.

3.2.3. Kuesioner

Sugiyono (2006) menyebutkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden. Pada penelitian ini peneliti mengambil sample dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Sugiyono (2001) menyebutkan bahwa *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sample yang awalnya dalam jumlah kecil, kemudian sample ini memilih teman atau orang lain untuk dijadikan sample dan begitu seterusnya, sehingga jumlah sample semakin banyak yang diibaratkan seperti bola salju. Peneliti menggunakan *snowball sampling* karena sample yang diambil oleh peneliti adalah orang yang mengkonsumsi makanan vegan di setiap harinya sehingga pengambilan sample di suatu tempat dan komunitas yang terdapat orang yang bervegan. Peneliti mengambil sample di Restoran "X", Vihara Bodhicitta Maitreya, Pusdiklat Sukhavati Maitreya, dan Komunitas Atma Vegan Club.

Kuesioner yang digunakan pada penelitian bersifat tertutup, pertanyaan dan jawaban disertakan oleh penulis sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah tersedia dan mengisi sesuai dengan pendapat responden. Pengukuran kuesioner menggunakan skala *likert* yang menggunakan nilai. Bobot nilai jawaban dari 1 hingga 5. Skala *likert* dan pilihan jawaban dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Bobot Skala *Likert*

Bobot	Pilihan Jawaban
1	Sangat tidak setuju (STS)
2	Tidak setuju (TS)
3	Ragu - ragu (R)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Kuesioner pada penelitian ini didapatkan 100 responden dengan 30 item pertanyaan. Sample didapatkan 100 responden dengan proses bergulir dengan rantai hubungan yang terus menerus dari satu responden ke responden lainnya. Pertanyaan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu karakteristik responden dan variabel responden. Berikut adalah pertanyaan mengenai karakteristik responden :

1. Jenis Kelamin anda adalah :

- Pria Wanita

2. Pekerjaan anda :

- < 20 tahun
 20 – 35 tahun
 > 35 tahun

3. Pendidikan terakhir anda :

- SMP
 SMA
 D3
 Sarjana
 Pasca Sarjana

4. Pekerjaan anda :

- Pegawai swasta
 Pegawai negeri
 Wiraswasta
 Pelajar / Mahasiswa
 Ibu rumah tangga

5. Pengeluaran per bulan:

- ≤ Rp. 1.500.000
 Rp.1.500.000– Rp. 4.000.000
 > Rp. 4.000.000

Pada bagian kedua merupakan pertanyaan mengenai variabel responden. Pertanyaan dengan menggunakan komponen strategi pemasaran *marketing mix* 7P, dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Variabel Kuesioner *Marketing Mix* 7P

	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
1. Product (Produk)	a. Menu bervariasi	1	3
	b. Cita rasa enak	2	
	c. Cita rasa sama	3	
2. Price (Harga)	a. Harga makanan Rp12.000 – 25.000	4	4
	b. Harga minuman Rp5.000 – Rp20.000	5	
	c. Lebih murah	6	
	d. Pilihan harga	7	
3. Place (Lokasi)	a. Akses ke lokasi mudah dijangkau mobil	8	3
	b. Akses ke lokasi mudah dijangkau motor	9	
	c. Lokasi strategis	10	
4. Promotion (Promosi)	a. Potongan harga	11	5
	b. Media sosial aktif	12	
	c. Papan nama	13	
	d. Promosi melalui <i>voucher</i>	14	
	e. Brosur “X”	15	
5. Physical Evidence (Tampilan Fisik)	a. Tempat makan bersih	16	6
	b. Toilet bersih	17	
	c. Jarak antara meja leluasa	18	
	d. Peralatan makan dan minum lengkap	19	
	e. Tempat makan luas	20	
	f. Tempat parkir luas	21	
6. Process (Proses)	a. Jam buka tepat waktu	22	4
	b. Proses penyajian tidak lama	23	
	c. Pelayanan cepat jika tambah order	24	
	d. Kemudahan transaksi pembayaran	25	
7. People (orang)	a. Ketersediaan karyawan menerima complain	26	5
	b. Karyawan rapih dan bersih	27	
	c. Karyawan cermat	28	
	d. Karyawan baik dan ramah	29	
	e. Pemahaman karyawan tentang produk baik	30	

3.2.4. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan dan memperoleh data yang berkaitan dengan Restoran “X”. Peneliti melakukan dokumentasi berupa data personalia dan foto – foto Restoran “X”. Foto yang diambil peneliti mengenai tempat makan, menu makanan, menu minuman, produk makanan, produk minuman, tempat parkir, serta produk lainnya yaitu roti.

3.3. Tahap Pengolahan dan Analisis

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data penjualan dari hasil wawancara, peneliti menggunakan data penjualan dari 2 restoran yang berbeda.

Restoran pertama merupakan restoran dari topik penelitian yaitu Restoran “X” dan restoran kedua merupakan restoran sebagai pembandingnya yaitu Restoran “Y”. Data penjualan yang digunakan Restoran “X” merupakan data penjualan dari awal berdirinya restoran pada Agustus 2015 hingga Januari 2017, untuk data penjualan yang digunakan Restoran “Y” disesuaikan tahunnya yaitu pada Maret 2015 hingga Januari 2017.

Setelah melakukan pengolahan pada data penjualan, dilakukan pengolahan kuesioner. Pengolahan kuesioner dilakukan dengan menginput hasil jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden ke *Microsoft Excel*, kemudian dipindahkan ke *software* IMB SPSS 22 dan diolah menggunakan analisis statistik deskriptif, pengolahan juga dilakukan dengan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis crosstabs untuk mengetahui hubungan antara pertanyaan dari karakteristik responden dan variabel responden, dan kemudian uji chi square.

3.3.1. Pengolahan Data Penjualan

Pada tahap ini akan dijelaskan mengenai pengolahan siklus hidup produk. Data yang diolah pada tahap ini merupakan data penjualan Restoran “X” dan sebagai pembandingnya yaitu Restoran “Y”. Data penjualan dari kedua restoran di kelompokkan per bulan di *Microsoft Excel*, kemudian membuat plot grafik. Grafik tersebut menunjukkan siklus hidup produk restoran tersebut, jika terjadi peningkatan yang cukup signifikan di awal yaitu tahap pengenalan dan tahap pertumbuhan, kemudian bertahan yaitu tahap kedewasaan, dan menurun yaitu tahap penurunan maka dapat disimpulkan *plot* grafik sesuai dengan teori (Swastha, 1984).

3.3.2. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keaslian suatu instrumen (Arikunto, 2010). Suatu penelitian data dikatakan baik jika data tersebut valid. Pada penelitian ini peneliti melakukan uji validitas dengan jumlah 100 responden. Pengolahan untuk perhitungan nilai korelasi menggunakan *software* IMB SPSS 22, hasil dari olahan SPSS akan dibandingkan dengan nilai pada r tabel.

Setelah melakukan uji di SPSS maka untuk mengetahui validitas kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung.

Nurgiyantoro,dkk (2000) menyebutkan bahwa nilai r tabel dilihat dengan rumus $df = n - 2$ ($n =$ jumlah responden) dengan uji dua arah 5% atau 0,05, maka dengan itu akan didapatkan nilai r tabel. Instrumen dikatakan valid jika koefisien korelasi (r) hitung lebih besar dari koefisien korelasi (r) tabel.

3.3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk sebuah instrumen, agar instrument tersebut dapat dipercaya maka perlu dilakukan pengujian. Arikunto (2010) menyebutkan bahwa reliabilitas menunjuk pada tingkat kepercayaan sesuatu, reliabel artinya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* IMB SPSS 22, hasil yang dilihat yaitu nilai *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

3.3.4. Analisis Crosstab

Analisis *crosstab* dilakukan untuk mengetahui terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dari data yang diperoleh (Malhotra, 2004). Peneliti menggunakan analisis *crosstab* untuk beberapa pertanyaan, agar dapat mengetahui dari setiap pertanyaan memiliki hubungan atau tidak. Analisis *crosstab* menggunakan *software* IMB SPSS 22.

3.3.5. Uji Chi – Square

Uji *chi – square* dilakukan untuk mengetahui terdapat hubungan secara statistik.

Fungsi uji *chi – square* untuk menguji perbedaan presentase antara beberapa kelompok data dan digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel kategorik dan non kategorik (Sugiyono, 2006). Nilai Asymp. Sig yaitu 0,05.

Melihat nilai Asymp. Sig :

1. Jika nilai Asymp. Sig < 0,05, maka terdapat hubungan yang signifikan antara baris dengan kolom.
2. Jika nilai Asymp. Sig > 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara baris dengan kolom.

3.4. Tahap Akhir

Tahap ini merupakan tahap terakhir penelitian dimana hasil akhir dari pengolahan data akan diberikan kepada pihak restoran. Hasil akhir dari penelitian yaitu usulan mengenai strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat diberikan untuk menyelesaikan masalah pada Restoran “X” agar restoran

dapat mempertahankan siklus hidup produk lebih panjang dan agar restoran dapat berkembang

