

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tahapan-tahapan atau urutan proses penelitian mulai dari penelitian awal hingga penelitian akhir. Metodologi penelitian ini terdiri dari 6 tahapan yaitu penelitian awal, desain *sampling*, penyusunan dan penyebaran kuesioner, analisis perilaku konsumen roti atau kue, desain konten *website* e-retail, penelitian akhir.

#### **3.1. Tahap 1: Penelitian Awal**

Tahap penelitian awal adalah tahap di mana penulis menentukan permasalahan yang akan dibahas hingga pencarian informasi-informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diselesaikan. Tahap penelitian awal dibagi menjadi 3 tahapan yaitu: menentukan masalah, studi literatur, observasi perilaku konsumen roti atau kue.

##### **3.1.1. Menentukan Permasalahan**

Penulis menentukan permasalahan yang menjadi bahan penelitian. Penentuan permasalahan dimaksudkan agar ruang lingkup permasalahan tidak terlalu besar. Penulis mulai memfokuskan permasalahan yang akan dipilih.

##### **3.1.2. Studi Literatur**

Setelah memperdalam permasalahan yang ada, penulis mencari teori-teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas. Penulis mencari dan membaca jurnal-jurnal yang relevan dengan permasalahan riset pemasaran dan perilaku konsumen.

##### **3.1.3. Observasi Perilaku Konsumen Roti atau Kue**

Penulis mencari tahu perilaku konsumen roti atau kue dengan cara mengamati secara langsung. Pengamatan dilakukan di toko-toko roti atau kue yang berada di wilayah Yogyakarta. Penulis merekam perilaku konsumen di toko-toko roti atau kue untuk mempermudah proses analisis.

#### **3.2. Tahap 2: Desain *Sampling***

Tahap desain *sampling* adalah tahap di mana penulis merencanakan tatacara pengambilan data. Dalam penelitian ini penulis membutuhkan data dari

konsumen roti atau kue. Maka dari itu dibutuhkan desain *sampling* agar data yang diambil akurat. Tahap desain *sampling* terdiri dari 3 tahap yaitu: menentukan metode *sampling*, menentukan jenis *sampling*, menentukan teknik pengambilan data.

### **3.2.1. Menentukan Metode *Sampling***

Metode yang dipilih untuk penelitian ini adalah *non probability sampling* karena informasi yang akan diambil bersifat subyektif. Informasi mengenai perilaku konsumen bersifat subyektif karena perilaku konsumen adalah persepsi setiap konsumen dan setiap persepsi konsumen tidaklah sama.

### **3.2.2. Menentukan Jenis *Sampling***

Jenis *sampling* yang dipilih untuk penelitian ini adalah *sampling* insidental karena penulis akan mengunjungi langsung unit-unit *sampling* yang dirasa cocok sebagai sumber data. Peneliti berencana mengamati perilaku konsumen roti atau kue dan melakukan pengambilan data. Konsumen roti atau kue yang dirasa cocok akan dijadikan responden. Maka dari itu penulis memilih *sampling* insidental karena mempermudah proses pengamatan dan pengambilan data. Proses pengamatan dan pengambilan data dapat dilakukan pada waktu yang sama.

### **3.2.3. Menentukan Teknik Pengambilan Data**

Penulis melakukan *mapping* responden konsumen roti atau kue berdasarkan usia dan tempat pengambilan data. Pembagian usia tersebut adalah 15-20 tahun (remaja), 21-25 tahun (dewasa belum berpenghasilan mandiri), 26-40 tahun (dewasa berpenghasilan mandiri). Pembagian tempat pengambilan data tersebut adalah 2 toko roti atau kue, 2 cafe, 2 universitas, 2 Sekolah Menengah Atas (SMA). Setiap tempat pengambilan data disebar minimal 30 kuesioner. Tempat-tempat yang dipilih berada di wilayah Yogyakarta.

### **3.3. Tahap 3: Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner**

Tahap penyusunan dan penyebaran kuesioner adalah tahap di mana penulis menyusun kuesioner sesuai dengan data yang dibutuhkan hingga kuesioner tersebut disebar kepada responden yang menjadi target. Tahap penyusunan dan penyebaran kuesioner terdiri dari 3 tahap yaitu: menyusun kuesioner perilaku

konsumen *offline* dan *online*, melakukan pengambilan data, merekap data yang telah dikumpulkan.

### **3.3.1. Menyusun Kuesioner Perilaku Konsumen *Offline* dan *Online***

Penulis menyusun 2 jenis kuesioner yaitu kuesioner perilaku konsumen *offline* dan kuesioner perilaku konsumen *online*. Pertanyaan pada kuesioner perilaku konsumen *offline* bersifat umum. Pertanyaan pada kuesioner perilaku konsumen *offline* seputar perilaku konsumen roti atau kue pada umumnya. Pertanyaan pada kuesioner perilaku konsumen *online* bersifat khusus. Pertanyaan pada kuesioner tersebut khusus perilaku konsumen roti atau kue *online*.

### **3.3.2. Melakukan Pengambilan Data**

Penulis menyebarkan kuesioner yang telah disusun kepada responden yang menjadi target. Penyebaran kuesioner kepada responden sesuai dengan pemetaan responden yang telah dilakukan pada tahap 2.

### **3.3.3. Merekap Data yang Telah Dikumpulkan**

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner direkap dalam tabel-tabel. Data disajikan dalam bentuk *pie chart* sehingga lebih mudah dibaca dan dipahami.

## **3.4. Tahap 4: Analisis Perilaku Konsumen Roti atau Kue**

Tahap analisis data adalah tahap di mana penulis menganalisis data-data yang telah berhasil dikumpulkan selama penelitian ini. Data yang akan dianalisis bersumber dari observasi dan penyebaran kuesioner. Tahap analisis data dibagi menjadi 5 tahap yaitu: menganalisis data dari kuesioner perilaku konsumen *offline*, menganalisis perilaku konsumen dari data observasi, menganalisis data dari kuesioner perilaku konsumen *online*, menganalisis kecocokan perilaku konsumen *offline* menjadi *online*, analisis potensi e-retail roti atau kue.

### **3.4.1. Analisis Data dari Kuesioner Perilaku Konsumen *Offline***

Penulis menganalisis data yang didapat dari penyebaran kuesioner perilaku konsumen *offline*. Penulis mendeskripsikan perilaku konsumen roti atau kue berdasarkan data kuesioner perilaku konsumen *offline* yang telah didapat. Data kuesioner perilaku konsumen *offline* ini dihubungkan dengan data hasil observasi. Penulis melihat kesesuaian cara berperilaku konsumen roti atau kue dengan cara berpikir konsumen roti atau kue.

#### **3.4.2. Analisis Perilaku Konsumen dari Data Observasi**

Penulis menganalisis perilaku konsumen roti atau kue mulai dari konsumen memilih-milih roti atau kue hingga memutuskan untuk membeli roti atau kue. Proses pengambilan keputusan konsumen pun dapat diketahui dari data observasi ini. Pengambilan keputusan konsumen berhubungan dengan hal-hal yang dipertimbangkan konsumen. Maka analisis perilaku konsumen dari data observasi akan dihubungkan dengan data kuesioner perilaku konsumen *offline*.

Analisis ini didukung dengan data observasi berupa *video*. Penulis membuat *flow chart* proses pembelian roti atau kue sesuai dengan hasil pengamatan perilaku konsumen roti atau kue. Hal ini dapat mempermudah analisis yang dilakukan oleh penulis.

#### **3.4.3. Analisis Data dari Kuesioner Perilaku Konsumen Online**

Penulis menganalisis data yang didapat dari penyebaran kuesioner perilaku konsumen *online*. Penulis mendeskripsikan perilaku konsumen roti atau kue ketika dihadapkan dengan pembelian roti atau kue secara *online*. Kemudian penulis menyusun proses pembelian roti atau kue secara *online* berdasarkan proses pembelian roti atau kue secara *offline* dan data kuesioner perilaku konsumen *online* dan *offline*. Proses pembelian roti atau kue disajikan dalam bentuk *flow chart* untuk mempermudah analisis.

#### **3.4.4. Analisis Kecocokan Perilaku Konsumen Roti atau Kue Offline menjadi Online**

Setelah menganalisis semua hal mengenai perilaku konsumen roti atau kue, penulis melakukan analisis kecocokan perilaku konsumen bila roti atau kue dijual secara *online*. Analisis yang dilakukan sesuai dengan data yang telah berhasil dikumpulkan dan hasil analisis pada tahap sebelumnya.

#### **3.4.5. Analisis Potensi E-retail Roti atau Kue**

Penulis menganalisis apakah pendirian e-retail ini berpotensi meningkatkan penjualan roti atau kue. Analisis potensi ini berdasarkan data dan hasil analisis yang telah didapat sebelumnya.

### **3.5. Tahap 5: Desain Konten *Website* E-retail**

#### **3.5.1. Analisis Perbandingan Penjualan *Offline* dengan *Online* Dalam Beberapa Hal**

Penulis membandingkan antara penjualan *offline* dengan *online*. Penulis membandingkannya dalam beberapa hal. Perbandingan tersebut akan dibuat dalam bentuk tabel. Dengan begitu, penulis mengetahui hal apa saja yang tidak didapat konsumen ketika melakukan pembelian roti atau kue secara *online*.

#### **3.5.2. Desain Konten *Website* E-retail Sesuai dengan Hasil Analisis**

Pada tahap ini, penulis mendesain konten *website* e-retail. Desain konten *website* e-retail ini disesuaikan dengan hasil analisis perilaku konsumen roti atau kue dan analisis perbandingan penjualan *offline* dengan *online*. Dengan begitu, *website* e-retail dapat sesuai dengan perilaku konsumen roti atau kue.

### **3.6. Tahap 6: Penelitian Akhir**

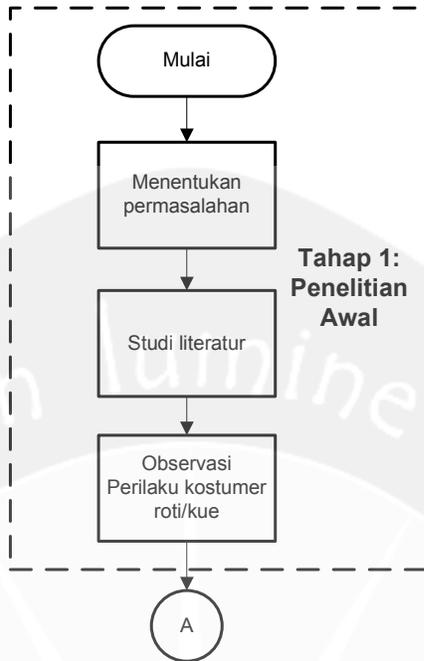
Tahap penelitian akhir adalah tahap di mana penulis memberikan kesimpulan sesuai dengan hasil analisis. Kemudian penulis juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya terkait topik ini. Tahap penelitian akhir ini terdiri dari 2 tahap yaitu: menyimpulkan hasil dari penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya pada topik ini.

#### **3.6.1. Menyimpulkan Hasil dari Penelitian**

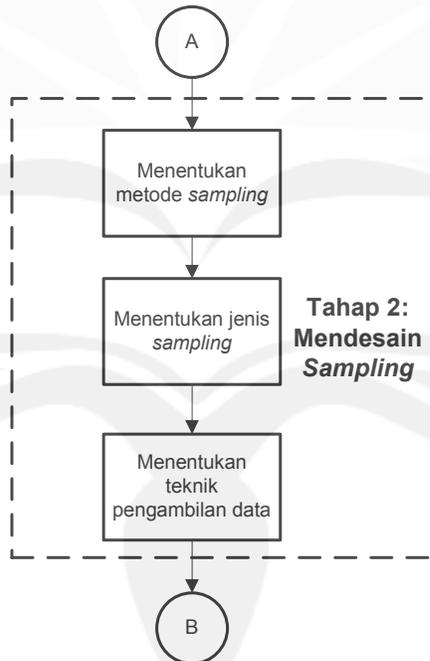
Penulis menyimpulkan hasil dari penelitian ini sesuai dengan analisis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.

#### **3.6.2. Memberikan Saran**

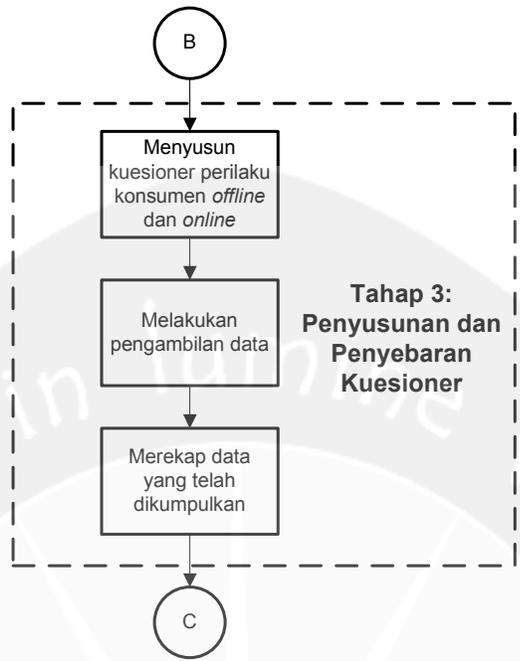
Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya pada topik ini.



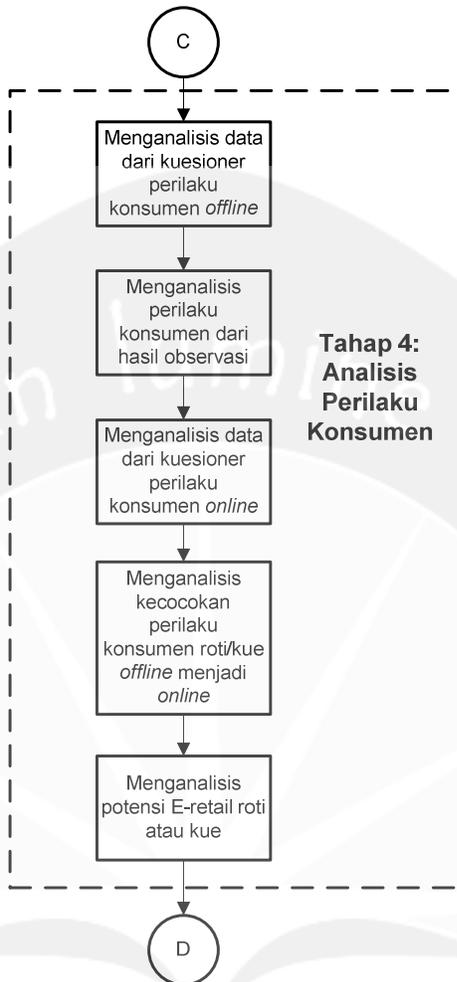
**Gambar 3.1. Tahap 1 Metodologi**



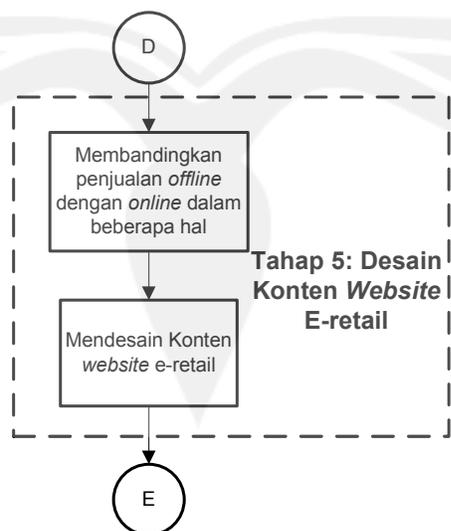
**Gambar 3.2. Tahap 2 Metodologi**



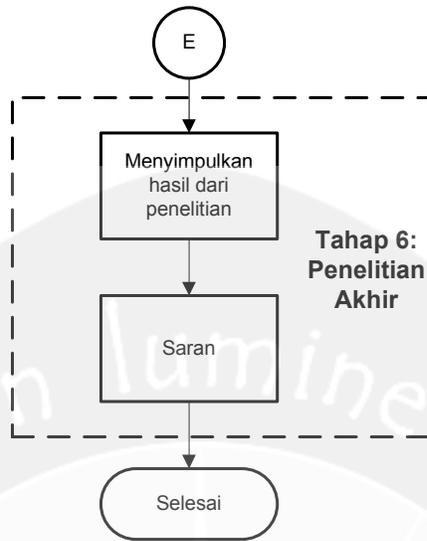
Gambar 3.3. Tahap 3 Metodologi



**Gambar 3.4. Tahap 4 Metodologi**



**Gambar 3.5. Tahap 5 Metodologi**



Gambar 3.6. Tahap 6 Metodologi