

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek/subjek penelitian (Susilana, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung di Kedai Kopikho. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak pasti. Jumlah pengunjung tidak pasti dikarenakan pengunjung yang datang tiap harinya berbeda-beda.

3.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil yang memiliki karakteristik representasi dari populasi (Susilana, 2015). Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari pengunjung. Jumlah pengunjung pada Kedai perhari yang tidak pasti, maka sampel ditetapkan dengan cara mempertimbangkan jumlah pengunjung perminggu yang ada rata-rata 105 orang pengunjung. Ditentukannya 35 orang yang menjadi responden karena perhari diperkirakan ada 15 orang pengunjung yang datang berkelompok, antara 2 sampai 3 orang per kelompoknya. Dari sekelompok orang yang datang, dengan pertimbangan biasanya per kelompok hanya ingin mengisi 1 kuisioner saja. Per hari didapatkan 5 responden dan dalam seminggu didapat 35 orang responden.

3.3. Teknik Sampling

Sampling di sini digunakan teknik sampling purposif. Teknik sampling ini bersifat praktis dengan menentukan kriteria sampel terlebih dahulu sehingga membantu peneliti untuk dapat memperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian dan relevan dengan masalah penelitian (Hedynata & Radianto, 2016). Kriteria yang digunakan untuk menentukan

sampel penelitian ini yaitu konsumen Kopikho yang sudah pernah membeli produk minimal satu kali dan meminumnya di lokasi.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber utama baik individu ataupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Efika, 2016).

Sumber data ini didapatkan langsung dengan memberikan kuisioner pada konsumen Kedai kopi Kopikho.

Berikut data yang diminta pada konsumen:

- Data diri
- Seberapa sering berkunjung dan produk favorit
- Promosi apa yang dilihat
- Promosi media *online* apa yang dilihat
- Promosi media *offline* apa yang dilihat

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dari responden maka dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui variabel yang diteliti dan tahu apa yang diinginkan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Mohamad, 2015). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dengan jawaban yang sudah disediakan. Alasannya digunakan kuesioner tertutup adalah mempermudah responden memberikan jawaban dan lebih praktis. Dengan pilihan jawaban yang sudah ada, responden dapat memilih jawaban yang sesuai dengan kondisi responden saat mengetahui Kedai Kopikho.

Dalam pembahasan ini diceritakan mengenai proses peneliti selama melakukan proses pengambilan data, peneliti datang ke Kedai Kopikho untuk memberikan kuesioner pada responden untuk mendapatkan data yang diinginkan terkait dengan penelitian ini. Adapun responden yang berhasil didapat pada tahap pertama dengan waktu dua hari berjumlah 10 responden, dengan memberikan kuesioner setiap satu kelompok yang datang terdiri dari 2 sampai 3 orang, dimana responden ini merupakan konsumen Kedai Kopikho, dan sudah membeli produk Kedai Kopikho. ditetapkan 10 responden ini bertujuan untuk melihat apakah data yang didapatkan sesuai dengan tujuan peneliti.

Setelah didapatkan sepuluh responden, lalu dilanjutkan lagi pengumpulan data tahap ke dua. Pengumpulan data tahap kedua ini membutuhkan waktu yang lebih lama dari tahap pertama, karena jumlah responden tahap ke dua ada 25 responden. Dalam satu minggu, untuk mempercepat proses pengumpulan data setiap malam peneliti datang ke Kedai Kopikho untuk meminta konsumen untuk mengisi kuesioner. Peneliti tidak hanya menunggu konsumen datang, dikarenakan peneliti pernah bekerja di Kedai maka beberapa pengunjung mendapat undangan dari peneliti untuk melakukan kunjungan dan membeli produk Kedai Kopikho agar dapat mengisi kuesioner.

Kuesioner didistribusikan kepada responden dengan cara peneliti datang ke lokasi Kedai Kopikho dan mendatangi setiap konsumen yang datang untuk diminta mengisi kuesioner. Setelah memberikan kuesioner, peneliti menunggu responden yang sedang mengisi kuesioner di meja lain. Setelah beberapa menit peneliti mendatangi responden dan menanyakan apakah sudah selesai mengisi kuesioner yang diberikan. Apabila sudah selesai, peneliti memeriksa kuesioner sudah terisi lengkap atau belum. Jika kuesioner belum terisi lengkap, responden diminta mengisi lagi. Setelah kuesioner diberikan kembali ke peneliti, lalu diperiksa lagi apakah semuanya sudah terisi. Jika sudah lengkap, peneliti mengucapkan terima kasih pada responden telah membantu untuk mengisi kuesioner.

3.6. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang terjadi sebenarnya secara konkret dan nyata serta mengklarifikasikan data dari hasil penelitian.

Langkah-langkah analisis data ini terdiri dari beberapa kegiatan yaitu:

1. Pertama dibaca kuesioner yang sudah diisi oleh responden. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi didiskripsikan dan ditulis ke dalam tabel secara urut sesuai tanggal responden mengisi kuesioner.
2. Dari diskripsi yang dilakukan didapatkan kesimpulan manakah media promosi yang tepat mempengaruhi volume kunjungan ke Kedai Kopikho.
3. Media promosi yang tepat adalah media promosi yang banyak dipilih oleh responden.

