

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian merupakan suatu cara tersistem yang digunakan untuk memperoleh suatu fakta, data, atau nilai dengan cara tertentu[9]. Untuk dapat menyelesaikan suatu penelitian membutuhkan metode penelitian dari satu golongan ilmu tertentu untuk bisa menyimpulkan penelitian dengan valid. Karena metode penelitian memiliki kelebihan dan kekurangan, maka harus tepat memilih metode untuk menyelesaikan suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode penyebaran angket/kuesioner[10]. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian terstruktur dan sistematis menggunakan analisis matematik atau angka secara statistik. Dengan metode penelitian kuantitatif diharapkan peneliti dapat memanfaatkan analisis matematik dan statistic sebagai acuan yang dapat memperjelas suatu fakta, teori, atau nilai yang valid.[11] Penggunaan metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk dapat melakukan pengukuran secara langsung dari data yang dikumpulkan dari responden

3.1. Objek dan Lokasi penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Dum Thai Tea. Sedangkan lokasi penelitian ini ada di jalan K.H Wahid Hasyim 137 (Super Indo Kranggan). Alasan pemilik memilih tempat atau lokasi karena usaha Thai Tea tersebut ingin melakukan sebuah

inovasi produk yang dapat menjadikan nilai tambah produk baru sehingga menjadikan Dum Thai Tea suatu produk usaha yang kompetitif dan mampu bersaing. Selain itu produk dari Dum Thai Tea merupakan produk Franchise namun masih bisa dikembangkan sendiri. Maka pemilik lebih leluasa dalam mengola Dum Thai Tea.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan individu yang akan dijadikan objek untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi *Dum Thai Tea* dan berada di kota Semarang.

Sampel adalah sebagian dari populasi dan terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi *Dum Thai Tea* selama dua bulan terakhir dan tinggal di kota Semarang. Dalam penelitian ini digunakan 30 responden untuk mengikuti standar kelayakan penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Purposive Sampling* yang merupakan salah satu jenis Teknik sampling dari *non-probability sampling*. *Purposive Sampling* merupakan sebuah teknik sampling dengan cara mengambil anggota sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2013).

Adapun kriteria sampel tersebut diantaranya;

1. Berusia lebih dari 17 tahun

2. Minimal sudah melakukan pembelian 2x
3. Lokasi di kota Semarang

3.3. Metode Pengumpulan Data

1) Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, digunakan Sumber Data Primer dan Sekunder:

1. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah hasil dari data kuesioner yang dibagikan kepada responden sebelum dan sesudah produk inovasi dibuat.
2. Yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data konkrit yang diperoleh secara langsung dari buku, jurnal, skripsi, maupun artikel yang menjelaskan tentang penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

2) Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Literatur/ Kepustakaan

Studi Pustaka adalah Teknik pengumpulan data dan informasi yang berasal dari buku ilmiah, jurnal, laporan penelitian dan sumber tertulis yang tercetak maupun elektronik.

2. Angket/ Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan berbagai macam pertanyaan yang disusun guna memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden tentang berbagai hal yang dia ketahui atau rasakan. Dengan menggunakan angket atau kuesioner

diharapkan supaya responden tidak merasa khawatir atas jawaban atas suatu informasi tertentu yang diminta. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan pada responden yang pernah membeli produk dari *Dum Thai Tea* dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang sehingga informasi yang didapatkan masih dianggap valid mengenai proses inovasi produk dari *Dum Thai Tea*.

Metode survei yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner pada konsumen yang pernah membeli produk dari *Dum Thai Tea* dua bulan terakhir dan berada di Kota Semarang. Kuesioner diberikan kepada konsumen yang dijumpai di kedai *Dum Thai Tea*. Kuesioner yang didapatkan dari penyebaran kuesioner ada 30 kuesioner yang kembali sehingga dapat digunakan sebagai data penelitian.

2) Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini dipakai skala Likert yang memiliki skala lima. Dimana nilai dari setiap poin pada skala adalah satu menunjukkan sangat tidak setuju, dua menunjukkan tidak setuju, tiga menunjukkan sikap netral, empat menunjukkan setuju, dan lima menunjukkan sangat setuju. Skala Likert jenis ini dipilih karena pengukuran lima skala dapat mencerminkan tanggapan responden secara bertingkat (Sugiyono, 2016). Karena untuk pengujian pemasaran skala likert yang sering digunakan adalah 1-5, supaya responden lebih mudah dalam menentukan jawaban.

1. Sangat Tidak Setuju, skor 1

2. Tidak Setuju, skor 2
3. Netral, skor 3
4. Setuju, skor 4
5. Sangat Setuju, skor 5

3) Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, menggunakan analisis data deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis persepsi dan harapan konsumen. Penelitian deskriptif ialah sebuah penelitian yang digunakan untuk mengetahui masalah yang dialami oleh subjek penelitian, yang kemudian di analisa dan di deskripsikan dengan menggunakan kata-kata bahasa pada konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.(Saputri et al.,2015). Analisis data deskriptif ini dipakai untuk mengetahui tanggapan responden mengenai inovasi yang dilakukan oleh *Dum Thai Tea*.

4) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Validitas ditunjukkan untuk oleh suatu indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur benar – benar mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar – benar cocok atau sesuai dengan alat ukur yang diinginkan. Untuk menguji ketepatan kuesioner digunakan rumus koefisien korelasi metode product

moment yang dikemukakan oleh Karl Pearson. Pengujian validitas pada taraf

yang signifikan digunakan adalah $\alpha = 5\%$

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel akan dikatakan reliabel apabila hasil α (cronbach alpha) $> 0,60$ (Ghozali, 2016). Cara menghitung reliabilitas suatu kuesioner dengan menggunakan rumus cronbach alpha karena merupakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan.