

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, sikap kewirausahaan sebagai variabel independen dan pendapatan coffee shop di Kota Tasikmalaya sebagai variabel dependen. Sedangkan yang menjadi ruang lingkup penelitian adalah seberapa jauh pengaruh dari modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan coffee shop di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan kepada para pelaku usaha coffee shop di Kota Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian menurut Sugiyono (2019:2) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang di peroleh dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada para pelaku usaha coffee shop di Kota Tasikmalaya.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan, menyusun, menjelaskan, menganalisis, dan menginterpretasikan data kemudian menarik

kesimpulan. Sesuai dengan objek dari penelitian ini yaitu pelaku usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya maka jenis penelitian ini masuk kedalam penelitian primer.

3.1.1 Operasional Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah modal (X_1), teknologi (X_2), tenaga kerja (X_3), strategi pemasaran (X_4), dan sikap kewirausahaan (X_5) sebagai variabel bebas sedangkan pendapatan (Y) sebagai variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:59) variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Berikut di bawah ini dalam tabel 3.1 penjelasan terkait operasional variabel.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| No. | Variabel | Definisi variabel | Indikator | Skala |
|-----|--------------------|--|---|---------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| 1. | Pendapatan (Y) | Pendapatan adalah jumlah keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan selama satu bulan. Pendapatan yang digunakan yaitu pendapatan <i>coffee shop</i> dalam satu bulan. | 1. Keuntungan 2. Bersumber dari kegiatan operasi 3. Kepuasan Hati | Ordinal |
| 2. | Modal (X_1) | Modal merupakan kekayaan yang | 1. Modal sendiri 2. Modal pinjaman 3. Besaran Modal | Ordinal |

| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
|-----|---------------------------------------|--|--|---------|
| | | digunakan dalam produksi untuk memperoleh kekayaan selanjutnya. | | |
| 3. | Teknologi (X ₂) | Alat yang digunakan dari mulai proses produksi sampai distribusi. | 1. Alat produksi 2. Alat Pembayaran 3. Media sosial | Ordinal |
| 4. | Tenaga Kerja (X ₃) | Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan. Tenaga kerja yang dimaksud yaitu tenaga kerja yang digunakan pelaku usaha <i>coffee shop</i> dalam menjalankan operasional usahanya. | 1. Upah 2. Ketersediaan tenaga kerja 3. Kualitas tenaga kerja | Ordinal |
| 5. | Strategi Pemasaran (X ₄) | Rencana yang digunakan dalam menjual produk kepada konsumen. | 1. Perencanaan produk 2. Penetapan harga 3. Komunikasi dalam pemasaran | Ordinal |
| 6. | Sikap Kewirausahaan (X ₅) | Sikap yang dimiliki pemilik usaha <i>coffee shop</i> untuk merespon peluang usaha dalam mengembangkan serta menjalankan usahanya. | 1. Berani ambil resiko 2. Percaya diri 3. Jiwa kepemimpinan | Ordinal |

3.1.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2016: 308) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Berdasarkan dengan penelitian ini, Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

- a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2016).

- b. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Dalam memperoleh data, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada responden dengan alternatif jawaban yang sudah disediakan atas persetujuan pelaku usaha *coffee shop* dan jawaban kuesioner dari masing-masing responden ini bersifat tertutup.

3.1.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2013), data primer adalah pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara langsung, komunikasi melalui telepon, atau komunikasi tidak langsung seperti surat, email, dan lain-lain. Data sekunder adalah pengumpulan data melalui cara tidak langsung atau harus melakukan pencarian mendalam dahulu seperti melalui internet, literatur, statistik, buku, dan lain-lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data melalui internet yaitu literatur, jurnal dan artikel.

3.1.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari unit yang diteliti, kumpulan individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan, sekelompok orang, kejadian dan segala segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu serta wilayah yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penulis untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

3.1.2.3 Penentuan Sampel

Teknik pengumpulan populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*, namun berhubung tidak tersedianya data jumlah *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya, maka peneliti menentukan sampel penelitian berdasarkan *Accidental*, yaitu penentuan sampel berdasarkan perusahaan *Coffee Shop* yang di Kota Tasikmalaya yang masih aktif beroperasi.

Tabel 3. 2 Purposive sampling Coffee Shop di Kota Tasikmalaya

| No. | Nama <i>Coffee Shop</i> | No. | Nama <i>Coffee Shop</i> |
|------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|
| 1. | Kael.co Culture | 51. | Massami Coffee |
| 2. | 48street Cafe | 52. | Flickers Place |
| 3. | Roemah Tempat Istirahat | 53. | Gropi |
| 4. | Todays Coffee | 54. | La Casa Coffee & Mocktail |
| 5. | Just Koffie | 55. | Pasini Coffee |
| 6. | Palatri.id | 56. | Kopi Ara |
| 7. | Taruh Coffee | 57. | Toko Kopi Terbit Mentari |
| 8. | Carrito Coffee & Roastery | 58. | Chiller Cafe |
| 9. | Jupiter Coffee & Roastery | 59. | Kopi Cinlok |
| 10. | Gowes Coffee | 60. | Ninety3Coffee |
| 11. | Karena Coffee | 61. | Up and High Coffee |
| 12. | Tanalama Space | 62. | NKRI Coffee |
| 13. | 48 Island | 63. | D'Sugar Coffee and Roastery |
| 14. | Narassi Coffee | 64. | 7 Langit Kopi |
| 15. | Parlement Koffie | 65. | We Coffee House |
| 16. | Kopi Teduh | 66. | Kopi Naw Naw |
| 17. | Juragan Coffee | 67. | Kopi Janji Jiwa |
| 18. | Alchemist Coffee & Roastery | 68. | Kopi Kenangan |
| 19. | Pull N Shot Coffee | 69. | Presdir Coffee |
| 20. | Penthink Coffee | 70. | Kedai Kopi 77 |
| 21. | Kopi Siloka | 71. | Kedai Kopi Kulo |
| 22. | Joglo Coffee | 72. | Himura Coffee |
| 23. | D'Sugar | 73. | Co.Sun |
| 24. | Omera Coffee and Eatery | 74. | Bringas Coffee |
| 25. | Urban Forest | 75. | Rumah Kopi Baretto |
| 26. | Pangala Koffie | 76. | Starbucks Tasikmalaya |
| 27. | Karena Coffee | 77. | Route 66 Coffee & Kitchen |
| 28. | D'Queens Coffee | 78. | Kopi Hitan |

| No. | Nama <i>Coffee Shop</i> | No. | Nama <i>Coffee Shop</i> |
|-----|-------------------------|------|-------------------------|
| 29. | Dua Coffee | 79. | Kopi Lauw |
| 30. | Maybe.Someday | 80. | Muse |
| 31. | Kepatok Roastery | 81. | Kopi Tujuh Tujuh |
| 32. | Datum Kopi | 82. | Look Up Coffee |
| 33. | Berliner Brotfabrik | 83. | Kopi Cinlok |
| 34. | Yasmin Cafe | 84. | Taman Hore Coffee |
| 35. | Warung Tepi Rel | 85. | Barcode |
| 36. | Kawan Coffee | 86. | Seareal Coffee |
| 37. | Loger Coffee | 87. | Kopi Nyalse |
| 38. | Kaede Coffee & Eatery | 88. | Kamandara Coffee |
| 39. | Harp Coffee & Eatery | 89. | Lekker Doughnuts |
| 40. | Notre Socielle | 90. | Remedial Coffee |
| 41. | Ruang Ide Official | 91. | Kopi Sedjati |
| 42. | Agusni Coffee | 92. | Somethink Coffee |
| 43. | Narassi Coffee | 93. | Pop Scenes Coffee |
| 44. | Miss Bar Coffee | 94. | Siloka 2 |
| 45. | Natta Coffee | 95. | Dvasco Cafe |
| 46. | Kopiku Original | 96. | Imah Kopi Mamang |
| 47. | Tepas Kopi | 97. | Kopi Pathok |
| 48. | Pergola Coffee | 98. | Escobar |
| 49. | Paci Coffee | 99. | Fratello Coffee |
| 50. | Kopi Menabur | 100. | Maher Koffie |

3.1.3 Model Penelitian

Model penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap

kewirausahaan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun bersama-sama.

Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

| | |
|----------------|---|
| Y | = Pendapatan <i>coffee shop</i> di Kota Tasikmalaya |
| a | = Konstanta |
| β_i | = Koefisien masing-masing variabel |
| X ₁ | = Modal |
| X ₂ | = Teknologi |
| X ₃ | = Tenaga Kerja |
| X ₄ | = Strategi Pemasaran |
| X ₅ | = Sikap Kewirausahaan |
| e | = <i>Error term</i> |

3.1.4 Teknik Analisis Data

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari penelitian ini, kemudian akan dianalisis dengan menggunakan statistic untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

3.1.4.1 Uji Instrumen

Setelah semua data diperoleh maka data tersebut akan dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis serta diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji valliditas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang disebar.

1. Uji Validitas

Untuk melakukan suatu penelitian dibutuhkan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu apabila instrumen tersebut valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Validitas (*validity*, kesahian) berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut.

Alat pengukuran validitas didalam penelitian ini menggunakan eviews dengan teknik uji *validitas pearson correlation*. Dikatakan Valid apabila nilai R-Hitung $>$ R-Tabel tetapi jika nilai R-Hitung $<$ R-Tabel maka berkesimpulan data dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan suatu pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu penelitian dapat memiliki kepercayaan tinggi apabila hasil dari pengujian instrumen menunjukkan hasil yang konsisten, dengan demikian masalah reliabilitas berhubungan dengan masalah ketepatan hasil (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan alat ukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,60 maka data reliabel. Akan tetapi, jika nilai *Cronbach alpha* $<$ 0,60 maka data tidak reliabel.

3.1.4.2 *Method of Successive Interval* (MSI)

Analisis *Method Of Successive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Persyaratan prosedur tersebut

harus mengubah data ordinal kedalam bentuk interval menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Menurut Ningsih, Setia dan Hendra Dukalang (2019), menyatakan metode transformasi *method of successive interval*, dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori. Frekuensi merupakan banyaknya tanggapan responden dalam memilih skala ordinal 1 sampai 5.
2. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori. Proporsi dihitung dengan membagi setiap frekuensi dengan jumlah responden.
3. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori. Proporsi kumulatif dihitung dengan menjumlah secara berurutan untuk setiap nilai.
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif.
5. Menghitung nilai batas Z (nilai *probability function* pada absis Z) untuk setiap kategori, dengan rumus:

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\left(\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

6. Menghitung *scale* (interval rata-rata) untuk setiap kategori dengan rumus:

$$Scale = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas bawah}}$$

7. Menghitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan:

$$Score = scale\ value + |scale\ Value_{\min}| + 1$$

3.1.4.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel Independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat. Terdapat asumsi bahwa ada ketidak pengaruhan antara variabel independen, maka perlu alat analisis regresi berganda dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan untuk memperhitungkan dan memikirkan secara kuantitatif beberapa faktor secara bersama-sama terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan.

Pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel independen yaitu modal usaha (X_1), teknologi (X_2), tenaga kerja (X_3), strategi pemasaran (X_4), serta sikap kewirausahaan (X_5) terhadap dependen yaitu pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya (Y) digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan software *SPSS29*.

3.1.4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi yang mendasari regresi. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil merupakan metode yang menghasilkan prediksi linier tidak bias yang terbaik. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi:

3.1.4.4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Rumus yang

digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan data sebagai berikut:

1. Jika $\text{sig} > 0.05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika $\text{sig} < 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.1.4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas saling berhubungan secara linear atau tidak, apabila Sebagian atau seluruh variabel bebas berkorelasi kuat berarti telah terjadi multikolinearitas.

Ciri dari multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variable inflation factor* (VIF).

Sebagai acuan dasar dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila angka *Variable inflation factor* (VIF) > 10 maka telah terjadi multikolinearitas antar variabel bebas yaitu variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan;
2. Apabila angka *Variable inflation factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas yaitu variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan;

3.1.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji kesamaan atau ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel atau tidak, salah satu pengujiannya menggunakan metode Uji *White* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila *Prob. Chi-Square* > 0.05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas;

2. Apabila *Prob. Chi-Square* < 0.05 artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.1.4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak hipotesis tersebut. Tujuan dari uji hipotesis ini adalah untuk menetapkan suatu dasar penelitian, sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.

3.1.4.5.1 Signifikansi Parameter (Uji-t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi variabel independen yaitu modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan secara individu terhadap variabel dependennya yaitu pendapatan. Dengan Hipotesis dari uji t ini adalah:

1. $H_0: \beta_i \leq 0$
 $i = 1,2,3,4,5$

Artinya tidak terdapat pengaruh positif variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

2. $H_a: \beta_i > 0$
 $i = 1,2,3,4,5$

Artinya terdapat pengaruh positif variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

Maka keputusan yang diambil adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat keyakinan 5%, maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh positif variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan tingkat keyakinan tertentu 5%, maka H_0 tidak ditolak artinya tidak terdapat pengaruh positif variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

3.1.4.5.2 Signifikansi Bersama-sama (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu uji F dapat dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien determinasi R^2 . Sedangkan hipotesis dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_i \leq 0$

Artinya secara bersama-sama variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

2. $H_a: \beta_i > 0$

Artinya secara bersama-sama variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

Maka keputusan yang diambil adalah:

1. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$, artinya seluruh variabel independen modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan *coffee shop* di kota Tasikmaya.
2. H_a ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$, artinya seluruh variabel independen modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan *coffee shop* di kota Tasikmaya.

3.1.4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar variasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi dari variabel terikat tidak dapat diterangkan oleh variabel bebas sama sekali. Sementara apabila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel terikat dapat diterangkan 100% oleh variabel bebas. Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu.