

BAB III

METODE PENELITIAN

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian ada sebuah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ada 4 (empat) hal yang perlu diperhatikan diantaranya adalah cara ilmiah, data, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Dasar agar suatu penelitian benar dalam hal cara ilmiah adalah penelitian tersebut haruslah rasional, empiris dan sistematis. Penelitian harus masuk akal dan terjangkau oleh penalaran manusia merupakan artian dari rasional, sedangkan arti dari empiris adalah cara-cara yang digunakan harus dapat diamati oleh indera manusia sehingga bukan hanya peneliti yang dapat mengamati namun juga orang lain, kemudian sistematis berarti langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian tersebut memiliki sifat yang logis. Data yang didapatkan sebagai bahan penelitian haruslah empiris (teramati) dengan kriteria tertentu dan haruslah valid.

1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Pola pergerakan konsumen jasa laundry *self service* dan *pick up delivery* di kelurahan sumbersari kota malang” merupakan penelitian dengan jenis penelitian *mix methods*, yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Hasnunidah (2017) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data dengan bentuk deskripsi atau berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pada narasumber dan perilaku-perilaku yang dapat diamati. Berbeda dengan penelitian kualitatif, penelitian kuantitatif menghasilkan data matematik atau angka. Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dapat digabungkan namun dengan catatan digunakan secara bergantian misalnya pada pada tahap pertama peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan hipotesis dan di tahap selanjutnya hipotesis tersebut diuji menggunakan metode penelitian kuantitatif.

1.2 Tahapan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian terdiri dari beberapa proses tahapan penelitian antara lain tahap persiapan dan tahap pengumpulan data. Tahapan kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan serta analisis yang

digunakan, hingga akhirnya mendapatkan hasil atau output yang diinginkan sesuai tujuan penelitian.

1.2.1 Tahap Persiapan

Untuk menghasilkan data yang lebih lengkap dan akurat, hal yang perlu diperhatikan adalah dengan mengamati, mencermati permasalahan yang terjadi di wilayah studi, tentunya untuk mendapatkan data-data yang tersebut perlu dilakukan persiapan, antara lain:

1. Perumusan masalah, tujuan, dan sasaran penelitian.
2. Penentuan lokasi penelitian.
3. Studi literatur atau tinjauan pustaka.
4. Penyusunan teknis pelaksanaan survey, kegiatan ini meliputi perumusan teknis pengumpulan data, teknik sampling, jumlah dan sasaran kuesioner, wawancara (narasumber), rancangan pelaksanaan observasi.

1.2.2 Tahap Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara untuk mengumpulkan informasi atau data dari sumber yang ber beda. Berikut terdapat 2 (dua) teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya oleh peneliti atau tim peneliti. Dalam penelitian ini proses pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik sebagai berikut :

- **Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data primer yang dilakukan untuk mengamati secara langsung suatu objek tertentu dengan tujuan memperoleh sejumlah data dan informasi terkait objek tersebut. Pengamatan dapat merekam bagaimana orang bereaksi terhadap pertanyaan, dan apakah mereka bertindak berbeda dengan apa yang mereka katakan atau maksudkan (Kusumastuti, n.d.). Dalam penelitian ini observasi meliputi titik lokasi persebaran *laundry* dan titik lokasi persebaran kegiatan perjas disekitaran *laundry*.

- **Wawancara**

Wawancara merupakan usaha mengumpulkan informasi atau data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara dilakukan untuk mengetahui pendapat responden atau menggali kemungkinan jawaban tertentu mengapa dan bagaimana suatu kejadian terjadi. Wawancara dilakukan dengan pedoman pertanyaan yang sifatnya terbuka. Bagian akhir bertujuan untuk mengetahui asal dan tujuan atau pola pergerakan konsumen dan aktivitas apa saja yang dilakukan dalam pergerakan tersebut sehingga akan kecenderungan pola pergerakan konsumen *laundry*.

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Wawancara 2

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Sasaran 2. Preferensi dan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa laundry				
2.	Preferensi Konsumen	Pilihan utama	Apakah <i>laundry</i> yang anda pilih ini merupakan pilihan utama anda yang paling anda sukai, menjadi prioritas dan lebih memberikan keuntungan bagi anda?	
		Harga (<i>price</i>)	Aspek harga (<i>price</i>) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa <i>laundry</i> .	
		Tempat (<i>place</i>)	Aspek tempat (<i>place</i>) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa <i>laundry</i> .	
		Promosi (<i>promotion</i>)	Aspek promosi (<i>promotion</i>) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa <i>laundry</i> .	
		Waktu (<i>time</i>)	Aspek waktu (<i>time</i>) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa <i>laundry</i> .	
		Layanan pelanggan (<i>customer service</i>)	Aspek layanan pelanggan (<i>customer service</i>) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa <i>laundry</i> .	

Sumber: Kajian Peneliti 2023

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Wawancara Sasaran 3

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Sasaran 3. Identifikasi pola pergerakan konsumen <i>laundry self service</i> dan <i>pick up delivery</i>				
1.	Pergerakan Konsumen	Titik awal pergerakan	Dimanakah titik awal anda berangkat untuk melakukan kegiatan <i>laundry</i> ?	
		Titik akhir pergerakan	Dimanakah titik akhir atau tujuan anda untuk melakukan kegiatan <i>laundry</i> ?	

Sumber: Kajian Peneliti 2023

1.1.2 Data Sekunder

Survey sekunder yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pencarian data yang sudah pernah dikumpulkan dan direkam oleh pihak lain, baik itu institusi atau individu, untuk tujuan tertentu. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti publikasi, laporan penelitian, basis data, rekaman audio atau video, dokumen, dan lain sebagainya. Untuk list data sekunder pada penelitian ini yaitu :

Tabel 3. 3 Tabel Kebutuhan Data Sekunder

No	Data Sekunder	Keterangan
1.	Data Citra <i>Shape File Gis Administrasi</i> <i>Shape File Gis Penggunaan Lahan</i> <i>Shape File Gis Jaringan Jalan</i>	Sumber: Sas planet dan Inageoportal

Sumber: Hasil Identifikasi Penulis, 2023

1.3 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2007) menyebutkan bahwa populasi merupakan sebuah wilayah yang umum dimana didalamnya terdapat obyek/subyek yang memenuhi kriteria dengan kualitas dan karakteristiknya yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan disimpulkan. Sehingga sebenarnya populasi bukan hanya manusia namun juga bisa dalam bentuk obyek misalnya bangunan. Populasi bukan hanya tentang jumlah namun juga tentang karakteristik/sifat yang ada pada obyek yang sedang diteliti. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian maka untuk populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi konsumen *laundry* di Kelurahan Sumpersari.

Dengan adanya berbagai keterbatasan seperti waktu, biaya, ukuran populasi maka peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya yang ada pada populasi maka perlu dilakukan *sampling*. *Sampling* merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh populasi yang kemudian hasil dari penelitian terhadap sampel tersebut dapat diberlakukan untuk populasi Sugiyono (2007). Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* atau teknik penentuan sampel yang memiliki tujuan khusus dan menggunakan pertimbangan tertentu. Pemisalan dari teknik *sampling* ini adalah jika peneliti ingin melakukan penelitian tentang kualitas makanan maka

manusia sebagai sampelnya adalah orang yang ahli dalam bidang makanan. Karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi dari masyarakat yang menjadi konsumen *laundry* maka peneliti menggunakan rumus *lameshow* :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 90% = telah ditetapkan sebesar 1,65

P = prevalensi *outcome*, data belum didapat maka dipakai 50% = 0,5

d = tingkat kesalahan 10% = 0,1

$$n = \frac{(1,65)^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2,7225 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{2,7225 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,680625}{0,01}$$

$$n = 68,0625$$

Dari hasil perhitungan didapatkan sampel penelitian sebesar 68,0625 untuk mempermudah peneliti maka dibulatkan menjadi 70 sampel responden.

1.4 Metode Analisis

Metode analisis adalah proses sistematis untuk memahami dan menganalisis data yang telah dikumpulkan dalam sebuah penelitian. Metode ini juga merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran yang sudah ditentukan oleh peneliti. Sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini terdapat maka sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai maka ada metode yang digunakan sebagaian berikut :

1.4.1 Identifikasi Skala Pelayanan Jasa *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery* di Kelurahan Sumbersari

Untuk menjawab sasaran 1 (satu) perlu dilakukan analisa spasial guna melihat sebaran jasa *laundry* dan tampilan hasil akhir berupa peta. Dalam proses ini menggunakan metode analisa *photo mapping*. Menurut Ismanto (2019) *photo mapping* secara sederhana dapat diartikan sebagai analisa pemetaan dengan menggunakan foto, sedangkan secara luas dapat diartikan sebagai teknik analisa untuk memetakan atau menggambarkan potensi dan masalah suatu wilayah. Alat

bantu yang digunakan dalam analisa ini adalah ArcGis, yaitu dengan memetakan titik-titik lokasi *laundry* dan menandainya sesuai kategori jenis *laundry*, untuk selanjutnya dipetakan dan dilengkapi dengan foto hasil survey di lapangan.

Untuk selanjutnya hasil pemetaan dilakukan analisa skala pelayanan dengan metode pemetaan menggunakan *buffer* sesuai untuk kemudian dilakukan perbandingan antara skala pelayanan menurut standar SNI dan skala pelayanan eksisting untuk kemudian dilakukan analisa statistik deskriptif. Analisa *buffer* sesuai yang dijelaskan oleh Prahasta (dalam Aqli, 2010) merupakan sebuah analisa yang membentuk zona yang memiliki arah keluar dari objek yang diamati baik itu berbentuk titik, garis ataupun area. Membuat *buffer* menghasilkan area di sekitar suatu obyek spasial dalam peta (objek yang diberi *buffer*) dengan jarak tertentu untuk memberikan perlindungan. Zona-zona yang terbentuk secara grafis kemudian digunakan untuk mengidentifikasi jarak spasial antara obyek peta dan obyek-obyek lain yang berada di dekatnya.

Menurut Sugiyono (2013) statistik deskriptif merupakan sebuah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara melakukan deskripsi atau menggambarkan data yang telah terkumpul secara apa adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

1.4.2 Identifikasi Preferensi Konsumen terhadap *Laundry* Sesuai Jenis Kegiatan *Self Service* dan *Pick Up Delivery*

Guna menjawab sasaran kedua maka langkah pertama yang perlu dilakukan adalah melakukan wawancara untuk mengetahui preferensi konsumen dengan metode analisa statistik deskriptif dan dengan menggunakan alat bantu SPSS. Setelah dilakukan analisa statistik deskriptif selanjutnya akan dilakukan analisa regresi linear berganda dengan teknik wawancara menggunakan skala likert. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang akan diukur didetikan menjadi indikator variabel. Setelah itu variabel-variabel tersebut dijadikan titik tolak ukur atau standar guna penyusunan instrumen-instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan pada form wawancara atau kuesioner. Dari

hasil wawancara tersebut kemudian dibuatlah skoring gradasi dari yang sangat positif hingga sangat negatif yaitu:

- Sangat setuju = 5
- Setuju = 4
- Netral = 3
- Tidak setuju = 2
- Sangat tidak setuju = 1

Setelah dilakukan wawancara dengan menggunakan skala likert selanjutnya perlu dilakukan analisa regresi linear berganda. Berikut merupakan tahapan dari analisa untuk mengetahui apakah faktor yang dipilih peneliti berpengaruh pada :

A. Uji T

Uji T atau bisa disebut uji parsial memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh parsial atau pengaruh sendiri dari variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y). Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan pada uji t :

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

B. Uji F

Uji F bisa yang biasa disebut dengan uji simultan memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan atau pengaruh bersama-sama yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan pada uji f :

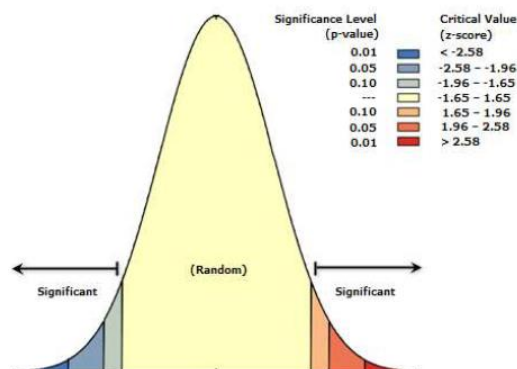
1. Jika nilai sig < 0,05 atau f hitung > f tabel maka disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau f hitung < f tabel maka disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan.

C. Regresi Linear Berganda

Sugiyono (2007) menyebutkan bahwa analisa regresi digunakan untuk memprediksikan sejauh mana nilai variabel dependen dapat berubah jika dilakukan perubahan terhadap nilai variabel independen.

1.4.3 Identifikasi Pola Pergerakan Konsumen *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery*

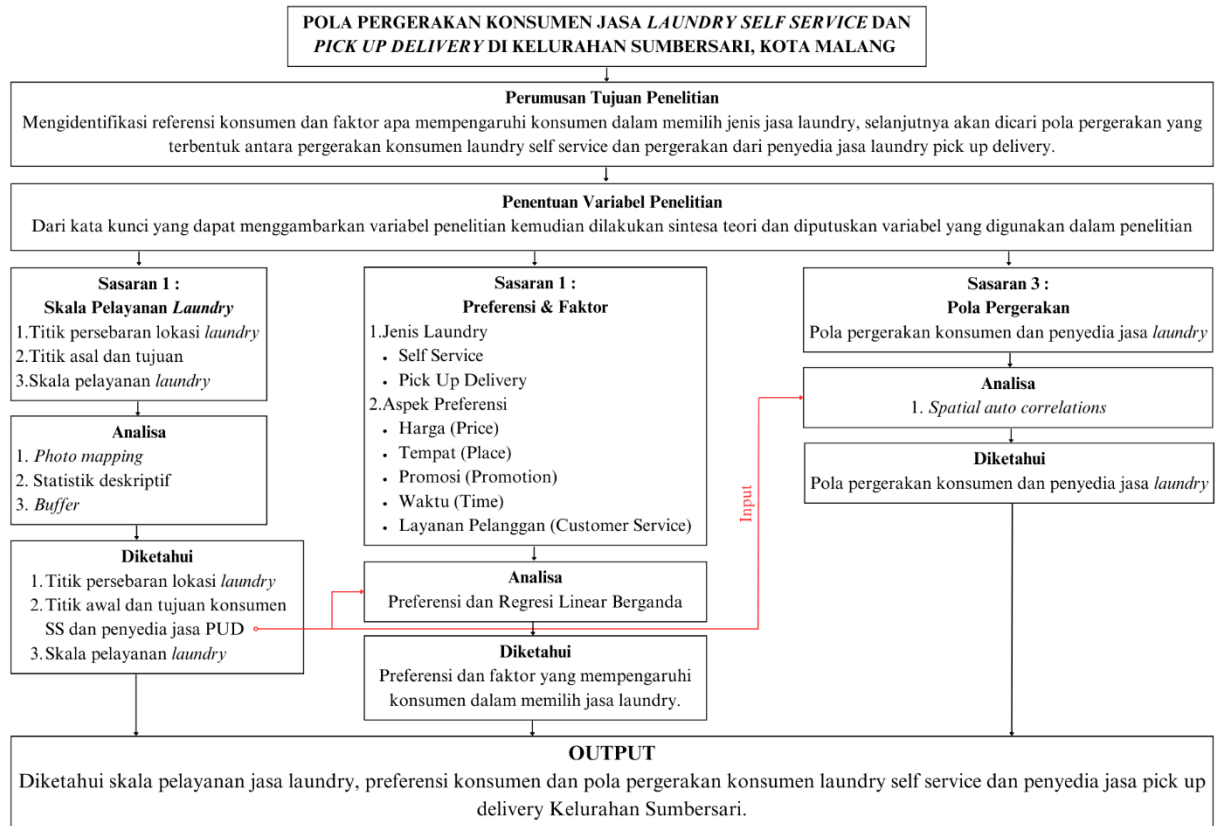
Dalam tahap ini metode analisa yang digunakan adalah analisa *Desire Line* atau biasa dikenal dengan istilah garis keinginan dimana dengan analisa ini akan tergambar hubungan antara asal dan tujuan dari adanya pergerakan. Dengan adanya arah dan banyaknya garis maka dapat diketahui gambaran intensitas pergerakan. Analisa *Desire Line* pada penelitian ini menggunakan alat analisa ArcGis dengan input data garis asal dan tujuan pergerakan konsumen *laundry* yang ada di Kelurahan Summersari. Untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan analisa *spatial autocorrelarion* dengan menggunakan *index moran*. Menurut Lembo (dalam Yuriantari et al., 2017) autokorelasi spasial merujuk pada hubungan atau korelasi antara variabel dengan dirinya sendiri berdasarkan posisi relatif di dalam ruang. Hal ini mencakup pengukuran kesamaan atau keserupaan antara objek-objek yang berdekatan dalam hal jarak, waktu, atau wilayah. Jika terdapat pola yang teratur dalam penyebaran suatu variabel, maka dapat dikatakan terdapat autokorelasi spasial. Prinsipnya adalah ketika nilai atribut pada suatu daerah tertentu cenderung terkait dengan nilai atribut pada daerah lain yang berdekatan atau berbatasan dengannya. Jika nilai p-value menjauhi 0,10 dan mendekati 0,01 maka data tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika nilai p-value mendekati 0,10 dan menjauhi 0,01 maka data tersebut dinyatakan tidak valid. Jika nilai z-score $>2,58$ dan *positive* maka dapat dikatakan nilai tersebut maka pola yang terbentuk adalah pola *clustered* atau berkelompok sedangkan sebaliknya jika nilai z-score $<2,58$ dan *negative* ($<-2,58$) maka pola yang terbentuk adalah *dispersed* atau menyebar.



Gambar 3. 1 Nilai Valid dan Kluster Index Moran

1.5 Langkah Penelitian

Untuk lebih memahami bagaimana proses atau alur peneliti dalam melakukan penelitiannya maka dapat dilihat pada gambar kerangka kerja berikut:



Gambar 3. 2 Kerangka Kerja