



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Selama beberapa tahun terakhir mulai banyak dirilisnya film-film yang diadaptasi dari sebuah novel, cerpen atau puisi. Film *Filosofi Kopi* turut serta meramaikan industri film sebagai film yang diadaptasi dari novel karya Dewi Lestari dengan judul yang sama. Film ini menceritakan tentang kisah perjalanan dua pria bernama Ben dan Jody yang ingin menemukan kopi terenak. Perjalanan mereka menuntun pada dibukanya sebuah kedai kopi bernama Filosofi Kopi. Tidak hanya menjadi sebuah lokasi dalam film saja, namun kedai aslinya dibuka pada tahun 2015 di Melawai, Jakarta Selatan. Sangat serupa dengan filmnya, kedai ini menjual kopi tiwus yang terkenal dalam film.



Gambar 3.1. Tampak dalam kedai Filosofi Kopi
(sumber: qaved.com)



Gambar 3.2. Tampak depan kedai Filosofi Kopi
(sumber: ajourneybespoke.com)

Film *Filosofi Kopi* ini disutradarai oleh Angga Dwimas Sasongko dan dibintangi oleh Chicco Jerikho dan Rio Dewanto sebagai Ben dan Jody. Beberapa tahun setelahnya, mereka kembali merilis film *Filosofi Kopi 2* yang mengambil tempat di Yogyakarta.

Sama dengan Filosofi Kopi di Melawai, mereka juga membuka kedai yang asli di Yogyakarta. Namun dengan total jumlah penonton yang hanya 264.417 orang pada dua filmnya, Filosofi Kopi bukannya menghilang dari masyarakat melainkan semakin meramaikan industri kopi di Indonesia. Maka dari itu penelitian ini ingin membuktikan bagaimana film *Filosofi Kopi 1* ataupun *Filosofi Kopi 2* mempengaruhi kedai Filosofi Kopi di Melawai, Jakarta Selatan.

Sesuai dengan rumusan masalah dalam karya tulis ini mengenai pengaruh dari brand film *Filosofi Kopi* terhadap kedai Filosofi Kopi. Maka karya tulis ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan datanya

menggunakan kuesioner. Menurut Punch (2012), metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang hasilnya dapat dihitung atau diukur. Data yang diperoleh untuk penelitian kuantitatif dapat berupa diagram, tabel, grafik atau gabungan dari keseluruhannya (hlm. 55). Dalam penelitian kuantitatif, secara umum untuk memperoleh data untuk menunjukkan sebuah perbandingan.

3.2. Populasi dan *Sample*

Menurut Sujarweni dan Endrayanto populasi merupakan sekumpulan objek/subjek yang memiliki karakteristik yang serupa pada wilayah tertentu yang ditentukan oleh penulis (2012, hlm. 13). Sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik yang sesuai dengan penelitian ini (Sugiyono, 2010, hlm. 81). Dalam penelitian mengenai Analisis Pengaruh *Brand Film Filosofi Kopi* Terhadap Kedai Filosofi Kopi Melawai, Jakarta Selatan, populasi yang digunakan adalah pengunjung yang datang ke kedai Filosofi Kopi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *random sampling* yang jumlahnya dihitung menggunakan rumus dari Green Lekan. Rumus tersebut yaitu $50+8(n)$. Nilai n yang dimaksud adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan variabel yang berjumlah 4 maka rumusnya menjadi seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= 50+8(n) \\ &= 50+8(4) \\ &= 82 \text{ orang.} \end{aligned}$$

3.3. Tahapan Penelitian

Pada bagian ini penulis menjabarkan tahap-tahap yang dikerjakan dalam memulai skripsi pengkajian ini. Berikut merupakan penjelasan serta bagan untuk tahapan penelitian.

1. Menentukan topik

Langkah pertama yang dilakukan, penulis mencari isu-isu dalam dunia film yang akan dijadikan sebagai topik. Permasalahan yang sedang terjadi atau model-model usaha pada industri film yang memiliki keunikan tersendiri.

2. Mencari studi kasus

Dalam tahap ini penulis mencari film yang sesuai dengan topik yang diambil. Dengan adanya referensi dan masukan dari beberapa pihak maka penulis menentukan film *Filosofi Kopi* merupakan film yang sesuai untuk dibahas dengan topik brand.

3. Menentukan teori dan variabel

Dari topik dan film yang sudah ditentukan maka penulis mencari teori-teori yang berkaitan dengan hal tersebut. Teori inti yang digunakan berupa teori mengenai *brand* dalam film dan teori mengenai brand sebagai sebuah konsep sebagai teori yang dapat mendukung pembahasan topik tersebut.

4. Menentukan metode penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan gambaran umum yang telah dijabarkan diatas maka penulis memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif.

5. Menentukan metode pengumpulan data

Setelah menentukan metode penelitian yang akan digunakan, penulis menentukan metode pengumpulan data yang sesuai. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian merupakan pengumpulan kuisioner yang akan dibagikan secara acak pada pengunjung kedai Filosofi Kopi.

6. Menentukan populasi dan *sample*

Dengan tujuan menyempurnakan karya tulis ini, maka dibutuhkan penelitian yang akurat. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menentukan populasi yang akan diteliti dan jumlah *sample*. Keduanya ditentukan berdasarkan variabel yang telah dicantumkan pada tinjauan pustaka diatas. Maka dari itu populasi yang dimaksud merupakan pengunjung yang datang ke kedai Filosofi Kopi dan *sample* yang digunakan berjumlah 82 responden.

7. Membuat pertanyaan kuesioner

Setelah menentukan populasi dan sampel yang akan digunakan untuk penelitian, tahap selanjutnya adalah membuat pertanyaan kuesioner. Pertanyaan kuesioner ini dibuat berdasarkan variabel yang telah ditentukan dengan indikator-indikator tertentu yang dapat membantu penulis.

8. *Pretest*

Sebelum kuisisioner disebar, pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan diuji terlebih dahulu pada responden tertentu. Pretest ini dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut valid atau tidak. Pertanyaan yang tidak valid ini kemudian tidak dimasukkan dalam kuisisioner utama.

9. Pengumpulan data

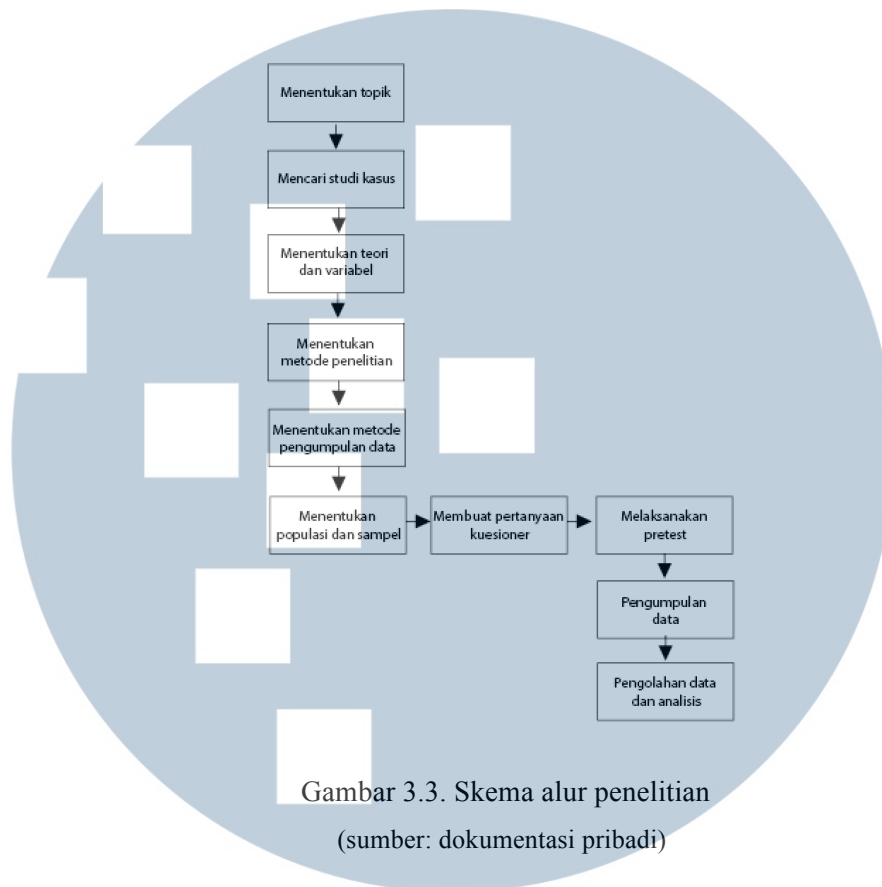
Tahap selanjutnya dalam pengumpulan data ini dilakukan pada bulan September di kedai Filosofi Kopi Melawai, Jakarta Selatan. Dengan menyebarkan kuisisioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya pada pengunjung yang datang.

10. Pengolahan data dan analisis

Terakhir merupakan pengolahan data menggunakan *software* SPSS. Hasil dari responden kuisisioner kemudian dimasukan dalam *software* tersebut untuk menganalisis output.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dengan tujuan mengumpulkan data untuk penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuesioner. Kegiatan ini dilakukan di kedai Filosofi Kopi Melawai, Jakarta Selatan dengan populasinya adalah pengunjung yang datang pada hari tersebut. Berdasarkan populasi yang sudah ditentukan maka penulis memutuskan untuk menggunakan teknik random sampling, dimana sampel diambil secara acak tanpa ada kategori tertentu. Kuesioner yang dibuat menggunakan skala Guttman dengan pertanyaan yang memiliki jawaban Ya atau Tidak.

Data yang telah diperoleh akan dianalisa menggunakan uji univariat, bivariat dan multivariat. Uji univariat merupakan percobaan yang dilakukan untuk menemukan pengaruh dari masing-masing variabel secara terpisah. Bivariat dilakukan untuk menemukan pengaruh dari dua variabel yang dilakukan dengan cara analisa tabulasi silang. Terakhir yaitu multivariat yang melakukan uji coba pada pengaruh dari beberapa variabel sekaligus. Teknik analisa tersebut dilakukan dengan cara memasukan data dalam *software* SPSS yang kemudian akan diolah secara otomatis sesuai dengan keinginan.

3.5. Operasional Konsep

Variabel		Indikator	Populasi	
Variabel Independent	Brand dalam Film	Product placement	Produk dalam film Filosofi Kopi	
		People brand	tim yang bekerja dibalik layar (sutradara)	
		character brand	karakter dalam film Filosofi Kopi: Ben & Jody	
		studio brand	Studio yang memproduksi film Filosofi Kopi: visinema pictures	
		tourism brand	lokasi kedai Filosofi Kopi	
	Brand equity	brand awareness	kesadaran akan adanya film dan kedai	
		perceived quality	kualitas dari produk tersebut	
		brand loyalty	kesetiaan konsumen yang datang dan menonton	
	Brand Extention	konsumen yang telah menonton dan datang ke kedai Filosofi Kopi	Pengunjung yang datang ke kedai Filosofi Kopi	
Variabel Dependent	purchase intention	time		waktu datang
		action		produk yang diminati
		target		produk yang dibeli
		context		situasi dari lokasi

Gambar 3. 4. Operasional Konsep
(sumber: dokumentasi pribadi)

3.6. Uji Validitas dan Realibilitas *Pretest*

Sebelum melaksanakan pengumpulan data secara langsung pada populasi yang telah ditentukan, penulis melakukan uji coba kuesioner terlebih dahulu. Uji coba ini dilakukan agar dapat mengetahui fungsi dari instrumen penelitian yang digunakan sudah tepat dengan pembahasannya. Uji validitas ini digunakan untuk

mengetahui apakah pertanyaan dari kuesioner yang telah disusun dapat dikatakan valid atau dapat mengukur variabel penelitian yang digunakan. Sugiyono (2009) juga mengatakan bahwa uji validitas ini merupakan sebuah ukuran yang digunakan untuk menunjukkan valid atau tidaknya sebuah instrumen yang telah ditetapkan.

Berikut merupakan tabel dari hasil uji validitas dari 16 pertanyaan pada variabel independent. Dapat dilihat dari tabel berikut, jika r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut dinyatakan valid. Penelitian ini menetapkan nilai signifikansi sebesar 0.05 sebagai standard error. Jika r tabel dapat ditemukan dengan cara $df=n-2$ dengan nilai n adalah jumlah variabel yang diujikan maka hasilnya adalah $df=16-2$ yaitu 14. Maka dari itu ditemukan r tabel adalah 0.4259. Dari tabel berikut, maka dapat diketahui bahwa terdapat 2 variabel yang tidak valid yaitu variabel 9 dan variabel 16, maka 14 variabel lainnya terbukti valid.



Hasil Uji Validitas 16 variabel independent		
variabel	r tabel	r hitung
var 1	0.4259	0.728
var2	0.4259	0.459
var3	0.4259	0.65
var4	0.4259	0.759
var 5	0.4259	0.499
var 6	0.4259	0.466
var 7	0.4259	0.703
var 8	0.4259	0.469
var 9	0.4259	-0.499
var 10	0.4259	0.435
var 11	0.4259	0.768
var 12	0.4259	0.737
var 13	0.4259	0.533
var 14	0.4259	0.6
var 15	0.4259	0.611
var 16	0.4259	0

Gambar 3.5. Uji Validitas Variabel Independent
(sumber: dokumentasi pribadi)

Tabel dibawah merupakan uji validitas dari variabel dependent. Dapat dilihat dari tabel berikut, jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka variabel tersebut dinyatakan valid. Penelitian ini menetapkan nilai signifikansi sebesar 0.05 sebagai standard erorr. Jika r tabel dapat ditemukan dengan cara $df=n-2$ dengan nilai n adalah jumlah variabel yang diujikan maka hasilnya adalah $df=7-2$ yaitu 5. Maka dari itu ditemukan r tabel adalah 0.6694. Dari tabel berikut, maka dapat diketahui bahwa terdapat 1 variabel yang tidak valid yaitu variabel 1, 6 variabel lainnya terbukti valid.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Hasil Uji Validitas 7 variabel dependent		
variabel	r tabel	r hitung
var 1	0.6694	0.313
var2	0.6694	0.982
var3	0.6694	0.838
var4	0.6694	0.871
var 5	0.6694	0.916
var 6	0.6694	0.916
var 7	0.6694	0.938

Gambar 3.6. Uji Validitas Variabel Dependent
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah dilakukan uji validitas, maka dilakukan uji realibilitas. Percobaan ini dilakukan untuk mengukur ketepatan dari sebuah alat ukur. Variabel yang telah diuji validitasnya kemudian dimasukkan kembali dalam alat bantu hitung SPSS untuk diukur realibilitasnya. Hasil dari percobaan ini dinilai dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Maka dapat dilihat pada tabel berikut, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.770 dengan 24 variabel yang reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Realibility Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
0.77	24

Gambar 3.7. Uji Realibilitas
(sumber: dokumentasi pribadi)

Berdasarkan hasil pretest tersebut, bahwa ada tiga (3) variabel tidak valid yang berarti, terdapat tiga (3) pertanyaan yang kemudian tidak dimasukkan kedalam kuesioner yang akan disebarakan pada pengunjung kedai Filosofi Kopi. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan yang diperoleh dari beberapa variabel

tersebut diketahui tidak valid ketika diuji menggunakan software SPSS. Valid atau tidaknya angka validitas dan realibilitas dari variabel-variabel tersebut dapat ditentukan dari nilai signifikan yang diperoleh dengan rumus diatas.

