

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera, yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) karena koperasi tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan prima dan daya saing lembaga keuangan koperasi.



Gambar 3. 1 Koperasi Rukun Mekar Mahad Sejahtera

Sumber: Peneliti 2025

Pelaksanaan penelitian dilakukan selama bulan Juli 2025, dimulai dari tahap persiapan hingga analisis data. Adapun rincian waktu dan kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Rencana Kegiatan Penelitian

Tanggal	Kegiatan	Keterangan
2–4 Juli 2025	Persiapan dan koordinasi dengan pihak koperasi	Pengurusan izin penelitian, penentuan jadwal observasi, serta briefing awal.
5–8 Juli 2025	Observasi awal dan wawancara pendahuluan	Mengidentifikasi kegiatan pemasaran dan pelayanan koperasi.
9–18 Juli 2025	Penyebaran kuesioner & pengumpulan data utama	Target minimal 100 responden, dilakukan secara langsung dan daring.
19–21 Juli 2025	Pengumpulan data susulan & <i>follow-up</i> responden	Menyasar anggota koperasi yang belum berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.
22–25 Juli 2025	Pengolahan dan verifikasi data	Pemeriksaan kelengkapan dan validitas data yang telah diperoleh.
26–28 Juli 2025	Analisis data penelitian	Melakukan uji statistik dan interpretasi hasil penelitian.
29–31 Juli 2025	Penyusunan laporan hasil penelitian	Penyusunan bab hasil dan pembahasan berdasarkan temuan penelitian.

Sumber: Peneliti 2025

3.2. Desain Penelitian

Menurut (Arifin & Wulandari, 2020) desain penelitian adalah suatu rencana tentang bagaimana mengumpulkan dan mengolah data agar penelitian yang diharapkan dapat tercapai. Desain penelitian pada hakikatnya merupakan suatu strategi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan berperan sebagai pedoman atau penuntun peneliti pada seluruh proses penelitian.

Dapat disimpulkan bahwa desain penelitian adalah rancangan mengenai proses pelaksanaan penelitian sebagai pedoman peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat menjelaskan serta memberikan gambaran. Dalam

penelitian ini, desain penelitian ini, desain yang di gunakan adalan pendekatan kuantitatif dengan metode survey.

3.3. Pendekatan Kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2022), Pendekatan kuantitafi adalah penelitian yang berlandasan pada filsafat positivisme, di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, menggumpulkan data menggunakan instrument penelitian, penelitian, analisis data, bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telat di terapkan.

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif. Deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang berkenan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri , baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

3.3.1. Metode Survei

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian metode survei. Metode survei merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama lalu kemudian jawaban dari pertanyaan tersebut dicatat, diolah, serta

dianalisis. Instrumen penelitian pada metode ini adalah kuesioner yang kemudian disebarkan berupa pertanyaan atau pilihan pertanyaan kepada responden. Metode ini akan mendukung proses pengumpulan data dan juga pengolahan data. Jawaban dari responden dalam metode survei ini dapat membantu peneliti untuk menyimpulkan sebuah hasil

populasi pada penelitian ini. Selain itu, penelitian ini merupakan eksternal instrumen dikarenakan sudah banyak penelitian yang menggunakan sumber dan metode yang sama.

Alasan penggunaan metode survei ini adalah karena kelengkapan data yang didapatkan ketika melakukan metode ini. Metode survei merupakan metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif tetapi metode ini dilakukan secara sederhana sehingga alat analisis statistik yang digunakan juga sederhana yang dalam hal ini merupakan statistik deskriptif. Hal ini dikarenakan sifat dari analisis tersebut hanya digunakan sebagai pelengkap informasi yang ada. Dengan informasi yang didapatkan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka hasilnya pun akan lebih maksimal dan juga kesimpulan atau hasil akhir dari penelitian ini pun akan meyakinkan.

Metode survei ini akan melibatkan penyebaran kuesioner kepada Anggota Koperasi simpan pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera di Kabupaten Bandung untuk memenuhi kriteria tertentu. Kuesioner akan di rancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Detail mengenai populasi, sampel dan kuesioner yang akan di bahas pada sub-bab selanjutnya.

3.3.2. Subjek Penelitian

Menurut (Arikunto, 2010) dalam buku *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, subjek penelitian merupakan batas atau garis yang menentukan siapa atau apa yang menjadi fokus pengamatan dalam suatu penelitian. Subjek berfungsi sebagai sumber utama data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Pemilihan subjek menjadi

langkah penting karena menentukan tingkat relevansi dan akurasi hasil penelitian. Subjek yang tepat akan membantu peneliti memperoleh data yang valid, faktual, serta mencerminkan kondisi nyata dari fenomena yang sedang dikaji. Dalam konteks penelitian sosial, subjek biasanya berupa individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan penelitian.

Penelitian ini menjadikan anggota Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera sebagai subjek penelitian. Anggota koperasi dipilih karena memiliki keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional koperasi, baik sebagai pengguna layanan maupun sebagai pemilik sah lembaga tersebut. Peran anggota sangat penting dalam menilai efektivitas strategi pemasaran, tingkat pelayanan prima, serta daya saing koperasi di lingkungan ekonomi lokal. Data yang diperoleh dari anggota diharapkan menggambarkan secara objektif persepsi terhadap kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas mereka terhadap koperasi. Pemilihan anggota sebagai subjek memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk menilai hubungan antara strategi pemasaran, pelayanan prima, dan daya saing secara empiris serta memperkuat validitas temuan penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022) Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam

penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah anggota koperasi simpan pinjam rukun mekar mahad sejahtera yang aktif. simpanan dan transaksi pinjaman di koperasi simpan pinjam rukun mekar mahad sejahtera di Kabupaten Bandung. Karena jumlah populasi anggota koperasi simpan pinjam rukun mekar mahad sejahtera di Kabupaten

Bandung yang aktif cukup banyak dan tidak di identifikasikan secara pasti, penelitian ini tidak akan menggunakan seluruh populasi melainkan sebagian dari populasi yang di sebut sampel.

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022) Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi. Dari beberapa pendapat tersebut dapat di tarik Kesimpulan bahwa Sampel adalah bagian populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan di teliti. Karena tidak semua data dan informasi akan di proses dan tidak semua orang atau benda akan di teliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinnya.

Dalam penelitian ini, responden yang akan di jadikan sampel adalah anggota koperasi simpan pinjam rukun mekar mahad sejahtera di Kabupaten Bandung yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- 1) Merupakan anggota aktif menabung dan meminjam;
- 2) Pernah atau Tidak Pernah melihat web koperasi simpan pinjam rukun mekar mahad sejahtera di Kabupaten Bandung;
- 3) Pernah berinteraksi secara langsung (misalnya : Senyum , saling sapa);

- 4) Tidak terbatas dengan usia.

Kriteria ini di tetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan dengan variabel-variabel yang di teliti dan dapat memberikan informasi yang valid.

3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengumpulan data dalam penelitian ini di lakukan untuk memperoleh data yang di butuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan mmetode survei, yaitu metode pengumpulan data primer yang di peroleh langsung berupa opini / pendapat dari anggota koperasi dengan menjawab semua pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner. Adapun sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

Google Form Untuk pengumpulan data, peneliti mengambil data dan informasi yang ada hubungannya dengan materi penelitian, yang di lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melali handpone dan sosial media.

Riset Lapangan Hal ini di lakukan agar mendapatkan data dari anggota koperasi secara langsung sebagai objek penelitian dengan melalui cara-cara seperti observasi, Metode pengumpulan data yang di lakukan melalui pengamatan langsung melalui obyek penelitian sebagai sumber data dan Kuesioner, merupakan teknik pengambilan data yang di lakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

3.5. Karakteristik Responden Pra-Survei

Sebagai bagian dari tahapan awal penelitian, pra-survei telah dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument kuesioner. Responden PraSurvei dapat membantu peneliti memastikan data yang di peroleh relevan dan akurat.

Karakteristik Demografis penting dalam penelitian untuk memastikan responden. Contohnya seperti:” Sebagaian besar anggota berusia antara 17 hingga tidak ada batas usia“. Hasil uji validitas dan reliabilitas dari pra-survei akan menjadi dasar untuk kelengkapan kuesioner yang akan di gunakan. Detail hasil pra-survei akan di sajikan di Bab IV.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2022), pada prinsipnya melakukan penelitian merupakan proses melakukan pengukuran, sehingga dibutuhkan alat ukur yang baik untuk memperoleh hasil yang akurat. Alat ukur tersebut disebut dengan instrumen penelitian, yaitu perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena, baik yang bersifat alamiah maupun sosial. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian terdiri dari beberapa bagian yang dirancang untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian. Bagian pertama adalah informasi demografis yang terdiri dari empat item, yaitu usia, jenis kelamin, lama menjadi anggota koperasi, dan tingkat keaktifan anggota dalam kegiatan koperasi simpan pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera. Informasi ini digunakan untuk memastikan bahwa responden yang terlibat sesuai dengan populasi target penelitian.



Bagian kedua dari instrumen penelitian berfokus pada variabel strategi pemasaran koperasi yang mengacu pada konsep 4P menurut (Hendriyati & Santoso, 2021), yaitu Product (produk), Price (harga), Place (lokasi), dan Promotion (promosi). Variabel ini digunakan untuk mengukur persepsi anggota terhadap efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh koperasi. Pada aspek produk, indikator yang diukur meliputi ketersediaan produk simpanan dan pinjaman, desain produk yang menarik dan profesional, serta pemberian jasa pinjaman yang mampu membantu memenuhi kebutuhan anggota. Melalui indikator tersebut, peneliti dapat menilai sejauh mana produk koperasi memenuhi kebutuhan dan harapan anggotanya sebagai salah satu faktor utama dalam strategi pemasaran.

Selanjutnya, pada aspek harga (price), penelitian ini menilai efektivitas strategi pemasaran berdasarkan kebijakan biaya yang diterapkan koperasi. Indikatornya meliputi ketersediaan informasi biaya bagi calon anggota serta kesesuaian biaya dengan peraturan yang berlaku. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana harga yang ditetapkan koperasi dianggap transparan dan adil oleh para anggota. Pada aspek lokasi (place), indikator yang diukur meliputi kemudahan masyarakat dalam menemukan lokasi koperasi serta peluang bagi anggota untuk datang langsung ke kantor koperasi. Faktor lokasi menjadi penting karena aksesibilitas berpengaruh besar terhadap kenyamanan dan keinginan anggota dalam berinteraksi dengan koperasi.

Aspek terakhir yaitu promosi (promotion), digunakan untuk mengukur efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan koperasi, baik melalui komunikasi langsung maupun rekomendasi dari mulut ke mulut. Indikatornya

meliputi kemampuan koperasi dalam memastikan kualitas produk dan layanan, menciptakan hubungan yang baik dengan anggota, serta adanya testimoni positif dari anggota yang puas. Selain itu, instrumen penelitian juga mencakup variabel daya saing koperasi yang mengukur kemampuan koperasi dalam bersaing dengan koperasi lain. Indikator daya saing meliputi penampilan karyawan yang rapi, kebersihan dan kerapian kantor koperasi, serta kemudahan masyarakat dalam menemukan lokasi koperasi simpan pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera. Seluruh indikator tersebut dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas strategi pemasaran dan posisi daya saing koperasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

3.6.1. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2022), kuesioner merupakan metode pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai persepsi dan pengalaman mereka. Penggunaan kuesioner pada penelitian ini bertujuan mempermudah proses pengumpulan serta analisis data secara sistematis. Kuesioner dirancang terstruktur agar mampu menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan. Kuesioner terdiri atas beberapa bagian saling berkaitan, meliputi bagian pembuka, bagian demografi responden, serta bagian inti berisi pertanyaan mengenai variabel penelitian.

Bagian pembuka berisi penjelasan umum mengenai tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan, serta petunjuk pengisian kuesioner agar responden memahami konteks pertanyaan secara jelas. Informasi

tersebut memastikan setiap jawaban mencerminkan pendapat dan pengalaman responden tanpa kesalahpahaman. Bagian demografi responden berisi data karakteristik dasar seperti usia dan jenis kelamin. Data demografis digunakan mendeskripsikan profil responden serta menilai kesesuaian karakteristik responden dengan populasi penelitian, sehingga hasil penelitian menggambarkan kondisi lapangan secara akurat.

Bagian inti kuesioner memuat pertanyaan yang dikembangkan untuk mengukur variabel utama penelitian. Variabel pertama, strategi pemasaran, berisi pertanyaan mengenai persepsi responden terhadap efektivitas penerapan konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) dalam menarik dan mempertahankan anggota koperasi. Pertanyaan juga menilai sejauh mana strategi pemasaran membantu anggota baru bergabung serta memengaruhi citra koperasi di mata masyarakat.

Variabel kedua, pelayanan prima, berisi pertanyaan mengenai tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan pihak koperasi, mencakup cara karyawan berinteraksi langsung dengan anggota, kualitas layanan, serta ketanggapan terhadap kebutuhan atau keluhan anggota. Variabel terakhir, daya saing, berisi pertanyaan mengenai sejauh mana anggota merasa yakin dan berniat bertahan menjadi bagian dari koperasi dibandingkan koperasi lain. Ketiga variabel tersebut diharapkan memberikan gambaran menyeluruh

mengenai efektivitas strategi pemasaran, kualitas pelayanan, serta posisi daya saing Koperasi Simpan Pinjam Rukun Mekar Mahad Sejahtera dalam lingkungan usaha kompetitif.

3.6.2. Skala Pengukuran

Penulis menggunakan skala Likert sebagai dasar pengukuran dalam kuesioner penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2022), skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Skala ini dipilih karena mampu menggambarkan tingkat persetujuan atau penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan secara lebih terukur dan sistematis. Melalui pendekatan ini, penulis dapat mengetahui kecenderungan sikap responden terhadap variabel yang diteliti, baik dalam bentuk dukungan, ketidaksetujuan, maupun sikap netral terhadap setiap indikator yang disajikan dalam kuesioner.

Penerapan skala Likert dalam penelitian ini dimulai dengan menjabarkan variabel penelitian menjadi sejumlah indikator yang relevan. Setiap indikator dirancang berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu agar sesuai dengan konteks penelitian. Setelah indikator terbentuk, penulis mengembangkannya menjadi item-item pernyataan yang akan direspon oleh anggota koperasi. Setiap item disusun menggunakan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami agar responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi nyata. Penyusunan butir pertanyaan juga memperhatikan keseimbangan antara pernyataan positif dan negatif untuk menghindari bias dalam pengisian kuesioner.

Dalam pengukurannya, setiap item pada skala Likert memiliki gradasi jawaban mulai dari tingkat sangat positif hingga sangat negatif. Skala ini biasanya menggunakan lima tingkatan, misalnya: sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Pembagian skor ini memungkinkan peneliti untuk mengukur intensitas sikap responden terhadap setiap pernyataan secara kuantitatif. Dengan adanya gradasi nilai, penulis dapat melakukan analisis statistik yang menunjukkan sejauh mana responden memberikan tanggapan terhadap setiap variabel yang diteliti.

Penggunaan skala Likert memberikan keuntungan karena hasilnya dapat dengan mudah diinterpretasikan dan diolah menjadi data numerik. Skala ini juga memungkinkan peneliti untuk melakukan perbandingan antara variabel, menilai kecenderungan sikap, serta mengukur tingkat persepsi secara lebih objektif. Melalui penggunaan skala Likert, penulis berharap dapat memperoleh data yang akurat dan menggambarkan pandangan anggota terhadap strategi pemasaran, pelayanan prima, serta daya saing koperasi secara menyeluruh. Hasil pengukuran ini nantinya akan digunakan untuk mendukung analisis dan menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu - Ragu	RG	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	ST	5

Sumber: Peneliti 2025

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas dan reliabilitas merupakan tahap penting dalam memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas menilai tingkat konsistensi hasil pengukuran ketika instrumen digunakan pada waktu atau kondisi yang berbeda. Pengujian dilakukan sebelum kuesioner digunakan dalam pengumpulan data utama, agar setiap item pertanyaan memiliki kejelasan makna serta keterkaitan dengan indikator variabel yang ditetapkan. Hasil uji validitas membantu menentukan item mana yang layak dipertahankan, direvisi, atau dihapus berdasarkan nilai korelasi antara skor item dengan skor total.

Proses pengujian reliabilitas bertujuan menilai stabilitas serta keandalan instrumen penelitian. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa instrumen menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya, sehingga mampu memberikan dasar yang kuat bagi analisis data selanjutnya. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode statistik, seperti koefisien Cronbach's Alpha, untuk menilai tingkat keterpaduan antar-item dalam setiap variabel. Uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan pada tahap pra-survei agar instrumen yang digunakan pada penelitian utama telah memenuhi standar kualitas ilmiah. Hasil pengujian serta pembahasannya disajikan secara rinci pada Bab IV sebagai dasar evaluasi keakuratan alat ukur dalam mendukung pencapaian tujuan penelitian.

3.7.1. Uji Validitas Instrument

Menurut (Sugiyono, 2022), uji validitas berfungsi menilai tingkat keabsahan atau ketepatan suatu kuesioner dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas menunjukkan sejauh mana instrumen mampu mengungkap data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan memiliki kemampuan menjelaskan konsep atau indikator yang diukur secara tepat. Uji validitas dilakukan agar hasil pengumpulan data mencerminkan kondisi yang sebenarnya tanpa adanya penyimpangan makna atau interpretasi. Setiap item diuji berdasarkan kesesuaian isi, konstruksi, dan keterkaitannya dengan variabel penelitian agar diperoleh alat ukur yang layak digunakan pada tahap pengumpulan data utama.

Metode yang digunakan dalam pengujian validitas kuesioner yaitu korelasi produk momen (Product Moment Correlation) atau Pearson Correlation. Teknik ini menghubungkan antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total untuk menilai hubungan keduanya. Hasil korelasi menunjukkan kekuatan dan arah hubungan yang menggambarkan kontribusi setiap item terhadap keseluruhan instrumen. Nilai korelasi yang tinggi menandakan bahwa butir pertanyaan memiliki tingkat validitas yang baik dan relevan dengan variabel penelitian. Penggunaan metode ini memastikan bahwa instrumen yang dipakai menghasilkan data yang akurat, sehingga dapat digunakan dengan keyakinan tinggi dalam analisis lanjutan.

3.7.2. Uji Reabilitas Instrument

Menurut (Sugiyono, 2022), uji reliabilitas merupakan prosedur pengujian yang digunakan untuk menilai tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil dari pengukuran berulang. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur memberikan hasil yang sama ketika digunakan pada objek dan kondisi yang serupa. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang tetap, meskipun pengukuran dilakukan beberapa kali terhadap fenomena yang sama. Uji reliabilitas dilakukan agar data yang diperoleh tidak dipengaruhi oleh faktor kebetulan atau kesalahan pengukuran, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Reliabilitas diukur melalui nilai yang disebut koefisien reliabilitas, dengan rentang antara 0 hingga 1. Nilai koefisien yang mendekati 1 menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi, sedangkan nilai yang rendah menandakan instrumen kurang stabil dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan teknik statistik, salah satunya koefisien Cronbach's Alpha, untuk menilai keterpaduan antar item dalam suatu konstruk. Nilai koefisien reliabilitas dilambangkan dengan r , yang menunjukkan indeks tingkat keajegan hasil pengukuran. Melalui uji reliabilitas, peneliti dapat memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki kemampuan menghasilkan data yang konsisten, sehingga layak digunakan pada tahap pengumpulan data utama penelitian.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Data Kuantitatif Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2022), analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan hasil penelitian sebagaimana adanya. Analisis ini berfungsi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi data tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas. Tujuan utama dari analisis deskriptif yaitu menampilkan data secara objektif berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan.

Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian sosial karena mampu menjelaskan fenomena berdasarkan persepsi, tanggapan, dan pengalaman responden secara langsung.

Data yang terkumpul melalui kuesioner atau wawancara selanjutnya diolah dan ditabulasikan agar lebih mudah dianalisis. Proses tabulasi dilakukan untuk menyusun data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi yang memudahkan peneliti membaca pola dan kecenderungan jawaban responden. Setiap hasil pengolahan data kemudian dijelaskan menggunakan pendekatan deskriptif untuk menampilkan karakteristik responden dan interpretasi terhadap variabel penelitian. Dengan cara ini, peneliti dapat menilai sejauh mana variabelvariabel seperti strategi pemasaran, pelayanan prima, dan daya saing koperasi dipersepsikan oleh anggota.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan aktif dalam mendeskripsikan jawaban serta tanggapan responden terhadap seluruh indikator yang diukur. Analisis deskriptif membantu menafsirkan hasil



data secara sistematis, sehingga setiap temuan memiliki makna yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif, tabel, maupun grafik untuk memberikan pemahaman yang komprehensif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menampilkan realitas empiris berdasarkan data faktual tanpa menambahkan asumsi atau kesimpulan yang bersifat umum.

3.8.2. Analisis Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2022), analisis verifikatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu teori atau hipotesis berdasarkan data empiris. Tujuan utama dari analisis ini yaitu memastikan apakah hubungan antarvariabel yang dirumuskan dalam hipotesis dapat diterima atau ditolak melalui pengujian statistik. Analisis verifikatif tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga membuktikan secara ilmiah keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, analisis verifikatif berperan penting untuk menguji pengaruh strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap daya saing koperasi, sehingga hasil penelitian dapat memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan teori maupun praktik manajerial di bidang koperasi.

Instrumen pengukuran yang digunakan berupa kuesioner yang diisi oleh responden berdasarkan persepsi terhadap variabel penelitian. Metode ini memberikan gambaran seberapa kuat hubungan antarvariabel serta menentukan faktor yang paling dominan memengaruhi daya saing koperasi. Melalui pendekatan ini, peneliti memperoleh hasil yang objektif, terukur, dan

dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan penelitian.

