

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif Deskriptif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivesme, di gunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono 2017). Dalam penelitian ini akan menguji tentang sikap konsumen terhadap Kuliner Lampung Walk Bandar Lampung.

1.2 Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer Menurut Sugiyono (2017, p.456) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui prasurvey dan kuesioner yang di bagikan untuk mempengaruhi respon para konsumen tentang sikap mereka terhadap kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah survei, Menurut Sugiyono (2017, p.47) penelitian survei adalah penelitian yang di lakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang di pelajari adalah data dari sampel yang di ambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

1.3.1 Kuesioner

Angket atau Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah di isi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2017).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang pernah berkunjung ke Kuliner Lampung Walk. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik dengan. Skala ukur yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu skala Semantic Diffrensial. Menurut Sugiyono (2017, p.164) skala Semantic Diffrensial digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuk nya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawaban “Sangat Positifnya” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban “Sangat negatifnya” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang di peroleh adalah data interval, dan biasanya skala ini di gunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang di punyai oleh seseorang.

Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

Sangat perlu	9	8	7	6	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Perlu
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------------

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan di jadikan wilayah generalisasi. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Sugiyono (2017, p.136). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah jumlah pengunjung tiket masuk pada tahun 2019 berjumlah 216.000 dengan asumsi rata-rata pengunjung per bulan 18.000 orang.

1.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2017, p.137). pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditolelir misalnya 10%, Berikut Perhitungan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin*:

$$n = \frac{216.000}{1 + 216.000(0,1)^2}$$

$$n = 0.01 \times 216.000$$

$$n = 2160 + 1 = 2161$$

$$n = 216.000 : 2161$$

$$n = 99,97$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 99,97 Responden dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden. Setelah mendapatkan jumlah sampel kemudian memilah penyebaran kuesioner kepada responden. Responden harus memiliki kriteria sebagai berikut:

1.1 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Berusia minimal 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pernyataan dalam kuisisioner penelitian dengan baik
2	Berdomisili di Kota Bandar Lampung dan pernah berkunjung ke kuliner lampung walk di Bandar Lampung

1.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudia ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2017, p.66). variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung.

1.6 Defini Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang di ungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkungan objek penelitian / objek yang di teliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sikap Konsumen	Menurut J. Paul Peter Jerry C. Olson (2017) sikap merupakan evaluasi secara menyeluruh seseorang atas suatu konsep.	Sikap konsumen adalah tentang bagaimana konsumen menyikapi informasi yang diterima tentang apa yang dilihat dan dirasakan konsumen terhadap kuliner di Lampung Walk.	1.Rasa 2.Harga 3.Lokasi 4.Fasilitas menu 5.Variasi 6.Area parkir	interval

1.7 Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen pada penelitian ini terdiri dari 2 yaitu :

3.7.1 Uji Validitas

Pengertian valid dalam penelitian, baik itu penelitian yang sifatnya kualitatif maupun penelitian kuantitatif berarti menunjukkan derajat ketetapan Antara data yang di lapangan dengan data yang di laporkan peneliti (Rambat Lupiyoadi, Ridho Bramulya Ikhsan, 2015). Sebelum kuesioner di sebarkan kepada responden terpilih maka harus di adakan validitas terlebih dahulu pada butiran-butiran yang benar-benar mengukur apa yang di ukur. Pengujian validitas di lakukan dengan menghitung korelasi di antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Korelasi antara butiran dengan jumlah skor Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Ho : Data dari populasi berinstrumen valid
Ha : Data dari populasi berinstrumen tidak valid
2. Bila sig > Alpha (0,05) maka instrument tidak valid
Bila sid < Alpha (0,05) maka instrument valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program For Sosial Science*).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur kuesioner (angket). Untuk mengukur tingkat reliabilitas kuesioner digunakan rumus *Cronbach Alpha* 0.05 untuk menginterpretasikan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan alat bantu yang digunakan cukup realibel menurut Sugiyono (2017).

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

(Sumber : Sugiyono,2017)

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif yang mana pada analisis ini penulis hanya mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ataupun generalisasi.

3.8.1 Uji Analisis Data

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Model sikap *Fishbein* pada prinsipnya akan menghitung Ao (*Attitude towards the object*) yaitu sikap seseorang terhadap sebuah objek yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Dengan mengenali sebuah objek melalui cara melihat, meraba, mencoba dan menggunakan objek

maka seorang konsumen akan mempunyai sikap tertentu terhadap objek yang dipakai atau digunakan. Sebelum konsumen mengkonsumsi sebuah objek atau produk tentunya ia memiliki suatu harapan-harapan terhadap objek tersebut. Sehingga setelah melihat, mencoba dan menggunakannya konsumen dapat menilai apakah objek yang bersangkutan telah sesuai dengan harapannya. Dari pemaparan di atas, terlihat bahwa ada dua komponen penting pada pengukuran sikap *Fishbein*, yaitu adanya *evaluasi* dan *belief* yang ada pada diri konsumen terhadap sebuah objek tertentu.

1. Menentukan *Salient Belief*

Setiap produk mempunyai banyak atribut, namun akan lebih baik jika kepada konsumen (responden) ditanya tentang atribut yang relevan atau penting saja, yang disebut *Salient Belief*.

2. Membuat pertanyaan untuk mengukur *Belief*

Setelah atribut ditentukan, konsumen akan ditanya bagaimana keyakinan (*belief*) dia terhadap atribut tersebut. Isi pertanyaan tentu tidak baku, hanya diusahakan mengukur keyakinan seseorang terhadap atribut objek.

3. Membuat pertanyaan untuk mengukur *Evaluation*

Sama dengan pengukuran *belief*, konsumen akan ditanya bagaimana evaluasi dia terhadap atribut yang telah diukur *beliefnya*, apakah penting atau tidak. Untuk mengukur evaluasi tidak disebut merek tertentu, namun produk mobil secara generik.

4. Mengukur sikap terhadap produk

Pengukuran sikap dilakukan dengan mengukur keseluruhan atribut atau multiatribut. Model multiatribut *fishbein* digambarkan dengan rumus

$$AO = \sum_{i=1}^n bi \cdot ei$$

Ao = Keseluruhan sikap terhadap suatu obyek.

Bi = Apakah kepercayaan terhadap atribut I suatu obyek kuat tau tidak.

ei = evaluasi kebaikan atau kejelekan atribut I.

N = jumlah kepercayaan.