

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif, adalah cara untuk menghadapi ujian observasional untuk mengumpulkan, memecah, dan menunjukkan informasi secara numerik alih-alih menggunakan struktur naratif (Given, 2008). Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan memeriksa keterkaitan antar variabel (Creswell, 2014). Variabel-variabel tersebut diukur menggunakan sebuah instrumen dan diproses atau dianalisis menggunakan prosedur statistik. Natsir (2005) mengemukakan gagasan metode deskriptif sebagai metode untuk memeriksa status kelompok objek, manusia, sistem pemikiran, kondisi, atau kelas peristiwa saat ini. Sedangkan metode penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi dan gambaran secara faktual, sistematis, dan akurat tentang fakta, sifat dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Menurut Greener dan Martelli (2015) penelitian deskriptif dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang sebagian besar "faktual". Pertanyaan-pertanyaan ini termasuk yang dimulai dengan "apa", "di mana", "kapan", "bagaimana", "berapa banyak" dan "seberapa sering".

B. Objek Penelitian

Objek penelitian ini berpusat di kawasan kuliner malam Cibadak, Kota Bandung. Kawasan kuliner malam Cibadak, adalah bagian dari program *Bandung Culinary Night* yang pertama diselenggarakan pada Januari 2014 di Jalan Braga, sehingga namanya menjadi Kawasan kuliner malam Braga. Pada awal bulan Februari tahun 2014, program ini diperluas ke Jalan Cibadak dan hanya diselenggarakan tiap hari Sabtu jam 18:00-00:00 WIB. Kawasan kuliner ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kota Bandung kepada para pedagang kuliner kaki lima untuk menjajahkan produk kulinernya, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat untuk berwisata kuliner di Kota Bandung. Kawasan ini terdiri dari jalan pedestrian, pada siang hari kawasan ini ramai oleh bermacam-macam toko yang menjual aneka produk, ketika malam tiba tempat ini menjadi salah satu pusat kuliner di kota bandung.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Greener dan Martelli (2015) adalah "Sebagai sekumpulan orang atau hal-hal dari mana sampel dipilih". Menurut Sugiyono (2011) Definisi populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang ditentukan peneliti agar dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi untuk penelitian ini merupakan pengunjung

awasan kuliner malam Cibadak di Bandung. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011) sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki sebuah populasi. Kesimpulan yang didapatkan dari sampel ini diterapkan dalam populasi. Oleh karena itu sampel yang diambil dalam populasi harus representatif (Sugiyono, 2010). Menurut Sugiyono (2017) *probability sampling* adalah teknik yang pengambilannya memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan untuk *simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel berdasarkan anggota populasi yang dilakukan dengan acak dan tidak memperhatikan strata yang ada. Dalam menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus *lemeshow* (Silalahi, 2015), alasan penulis menggunakan rumus *lemeshow* dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui, rumus *lemeshow* seperti berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat kepercayaan (digunakan 0,95 sehingga nilai t = 1,96)

p = Proporsi kategori dari total seluruh kategori

q = Proporsi kategori lain selain p (1-p) e = Margin of error

Dengan rumus tersebut didapatkan hasil sebagai berikut

Diketahui :

Dari hasil diatas didapatkan hasil 96,04. Namun untuk mempermudah dalam pengolahan data, penulis membulatkan hasilnya menjadi 100 responden.

Diketahui:

z = Tingkat kepercayaan (digunakan 0,95 sehingga nilai $t = 1,96$)

p = 50% = 0,5

q = $(1-p) = 1-0,5 = 0,5$

e = 10% = 0,1

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

D. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner dan Angket

Polling atau survei adalah strategi untuk mengumpulkan informasi yang diselesaikan dengan memberikan banyak pertanyaan atau artikulasi yang dikomposisikan kepada responden untuk dijawab. Survei ini diberikan kepada individu yang telah mengunjungi kawasan kuliner malam Cibadak dan digunakan untuk mengumpulkan informasi profil, loyalitas konsumen, dan faktor dedikasi. Menurut (Abdurrahman dkk, 2011; Umar, 2013) kuesioner atau yang dapat disebut sebagai angket adalah cara mengumpulkan data yang

menggunakan list pertanyaan secara tertulis yang nantinya akan disebarkan kepada responden yang akan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

2. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati tempat yang akan menjadi objek penelitian. Observasi merupakan langkah awal menuju fokus perhatian lebih luas yaitu observasi partisipan, hingga observasi hasil praktis sebagai sebuah metode dalam kapasitasnya sendiri-sendiri (Hassanah, 2017).

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut (Arikunto, 2010) validitas adalah suatu ukuran yang memperlihatkan tingkat kevalidan suatu instrument. Sebuah instrument dapat dinyatakan valid apabila dapat mengukur apa yang diinginkan. Dari tingkat tinggi rendahnya instrument menunjukkan sejauh mana data yang sudah terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Uji validitas dilakukan kepada pengunjung yang sedang atau sudah pernah datang berkunjung ke kawasan kuliner malam Cibadak.

Teknik kolerasi yang diterapkan dalam menguji validitas penelitian ini adalah *Product Moment Correlation* dengan bantuan perangkat SPSS. Item dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Berikut

merupakan gambar formula *Product Moment Correlation*:

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

Keterangan :

r : Koefisien korelasi diantara variabel X dan variabel Y

n : Banyak data

X : Poin atau Skor dari suatu Item Instrumen

Y : Total Skor berasal dari seluruh Item Instrumen

TABEL 3.1

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN				
No	Pernyataan	R hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Produk yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung beragam	0,767	0,361	Valid
2	Produk kuliner yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung memiliki cita rasa yang baik	0,773	0,361	Valid
3	Produk kuliner yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung memiliki daya tahan yang baik	0,767	0,361	Valid
4	Tempat berjualan atau tempat menjajahkan kuliner memiliki kebersihan yang baik	0,562	0,361	Valid
5	Kemampuan penjual kuliner memberikan pelayanan dengan baik	0,783	0,361	Valid
6	Kemampuan penjual kuliner dalam merespon pelanggan dengan baik	0,767	0,361	Valid

7	Penjual produk kuliner menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti	0,783	0,361	Valid
8	Penjual produk kuliner memiliki pengetahuan yang baik seputar produk yang dijual	0,767	0,361	Valid
9	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk kuliner yang didapat	0,562	0,361	Valid
10	Harga produk kuliner yang dijual lebih murah dibandingkan ditempat lain	0,767	0,361	Valid
11	Timbulnya rasa bangga tersendiri setelah membeli produk kuliner di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung	0,562	0,361	Valid
12	Produk kuliner yang dijual memiliki hubungan dengan pengalaman pribadi di masa lampau	0,767	0,361	Valid
13	Produk dan layanan yang didapat sebanding dengan waktu yang dikeluarkan	0,767	0,361	Valid
14	Produk dan layanan yang didapat sebanding dengan ongkos perjalanan yang dikeluarkan	0,562	0,361	Valid
VARIABEL LOYALITAS PENGUNJUNG				
10	Saudara akan mempertimbangkan bahwa kawasan kuliner malam Cibadak merupakan pilihan pertama saudara untuk berwisata kuliner di kota Bandung	0,864	0,361	Valid
11	Saudara akan merekomendasikan kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung kepada orang lain	0,850	0,361	Valid

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui setiap butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (X) dan loyalitas pelanggan (Y) dapat dikatakan valid karena r hitung $>$ r tabel

2. Uji Realibilitas

Instrumen yang *reliable* berarti instrumen yang bila digunakan berkali-kali dalam mengukur data yang sama dapat menghasilkan data yang sama juga (Sugiyono, 2012). Penulis menggunakan perangkat lunak SPSS dengan formula Alpha Cronbach, berikut merupakan gambar formula alpha cronbach :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*

K = Total item yang diuji

$\sum S_i^2$ = Total skor item

S_x^2 = Skor-skor tes (keseluruhan item K)

Tabel 3.2

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

Variabel	Reliabilitas
Kepuasan Pelanggan (X)	0,925
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,610

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa kedua instrumen dapat dikatakan handal karena memiliki koefisien reliabilitas > 0,6.

F. Matriks Operasional Variabel

TABEL 3.3
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

No	Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
1.	Kepuasan Pelanggan (Lupiyoadi dalam Wulandari, 2014)	Kualitas produk	1. Keragaman produk yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung.	1
			2. Cita rasa produk kuliner yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung.	2
			3. Ketahanan produk yang dijual di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung.	3
		Kualitas layanan	1. Kebersihan tempat berjualan atau tempat menjajahkan kuliner	4
			2. Kemampuan penjual memberikan pelayanan yang memuaskan	5
			3. Kemampuan penjual kuliner dalam merespon pelanggan dengan baik	6
			4. Penjual menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	7
			5. Penjual memiliki pengetahuan yang baik seputar produk yang dijual	8
		Harga	1. Harga sesuai dengan kualitas produk kuliner yang didapat	9
			2. Harga produk kuliner yang dijual lebih murah dibandingkan ditempat lain	10
		<i>Emotional Factor</i>	1. Rasa bangga yang didapat setelah membeli produk kuliner di kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung	11
			2. Produk kuliner yang dijual memiliki hubungan dengan pengalaman pribadi di masa lampau	12
		Biaya	1. Produk dan layanan yang didapat sebanding dengan waktu yang dikeluarkan	13
			2. Produk dan layanan yang didapat sebanding dengan ongkos perjalanan yang dikeluarkan	14
No	Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item

2.	Loyalitas Pelanggan (Julander et al., dalam Kandampully dan Suhartanto, 2000).	<i>Behavior Dimension (Repeater)</i>	1. Pelanggan akan mengunjungi kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung dikemudian hari	15
<i>Attitudinal Dimension (Recommender)</i>		2. Pelanggan akan merekomendasikan kawasan kuliner malam Cibadak di Bandung kepada kerabat	17	

G. Analisis Data

1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif menurut (Sugiyono, 2012) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambar data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dengan demikian, statistik deskriptif dapat diartikan sebagai sebuah teknik menganalisis data dengan cara mendeskripsikan hasil dari penelitian tanpa mengubah hasil analisis tersebut, setelah seluruh data terkumpul akan diolah dan dianalisis menggunakan SPSS dengan menggunakan modifikasi skala Likert. Menurut Sugiyono (2010) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan.

Dengan demikian penulis menggunakan modifikasi skala Likert agar mendapatkan hasil yang maksimal, dengan bobot nilai sebagai berikut:

TABEL 3.3
MODIFIKASI SKALA LIKERT

Bobot nilai	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Setuju
4	Sangat setuju

2. Analisis Uji Kolerasi Rank Spearman

Analisis uji korelasi rank spearman merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y) berdasarkan sumber data yang didapatkan oleh penulis (Sugiono, 2014). Korelasi rank spearman dilakukan guna menguji hipotesis asosiatif dua variabel data berskala ordinal. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien korelasi rank spearman

adalah :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

rs : Korelasi Rank spearman

d : Selisih rank (X) – rank (Y)

n : Ukuran sample

Dasar pengambilan keputusan untuk korelasi rank spearman:

b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka berkorelasi

c. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak berkorelasi

Pedoman dalam korelasi rank spearman untuk menilai kekuatan hubungan

(*Correlation coefficient*):

a) $0,00 - 0,25$ = korelasi sangat lemah

b) $0,26 - 0,50$ = korelasi sangat cukup

c) $0,51 - 0,75$ = korelasi kuat

d) $0,76 - 0,99$ = korelasi sangat kuat

e) $1,00$ = korelasi sempurna

3. Jadwal penelitian

NO	Kegiatan	Waktu Penelitian						
		Jan	Feb	Mar	Agu	Sep	Okt	Nov
1	Pengajuan Surat Lokus							
2	Persetujuan Lokud							
3	Pengajuan TOR							
4	Pengajuan Dosen Pembimbing							
5	Penyusunan Bab I – III							
6	Pengumpulan Proposal							
7	Seminar Usulan Penelitian							
8	Pengumpulan Data							
9	Penyusunan Laporan Akhir							
10	Sidang Akhir							