

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif evaluatif. Penelitian deskriptif, merupakan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau hubungan antar fenomena yang diselidiki. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan evaluatif, dimana peneliti bermaksud mengumpulkan data tentang promosi bisnis kuliner melalui instagram (Arikunto, 2010). Penelitian evaluatif pada dasarnya terpusat pada rekomendasi akhir yang menegaskan bahwa suatu obyek evaluasi dapat dipertahankan, ditingkatkan, diperbaiki atau bahkan diberhentikan sejalan dengan data yang diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data serta menghasilkan kesimpulan yang ada di lapangan sehubungan dengan evaluasi.

#### **3.2 Lokasi**

Penelitian ini berlokasi di Central Park Mall khususnya di restoran Lamian Palace.

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan berdasarkan beberapa hal, diantaranya:

1. Persaingan bisnis kuliner di lokasi yang dijadikan tempat penelitian sangat ketat.
2. Promosi bisnis kuliner melalui instagram mendapat respon yang positif dari masyarakat dengan ciri khas masing-masing
3. Hasil penelitian ini sebagai evaluasi promosi melalui instagram yang telah dijalankan di lokasi penelitian.

### 3.3 Variabel

Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010). Terdapat variabel sebagai parameter keberhasilan evaluasi promosi bisnis kuliner melalui instagram dalam hal ini yaitu

- Afeksi, yaitu reaksi emosional yang dimunculkan oleh konsumen terhadap suatu produk.
- Kognisi, yaitu pemikiran yang muncul dalam keputusan pembelian produk.
- Daya tarik, yaitu berhasil dalam meraih perhatian konsumen, dimana konsumen lebih diberikan informasi mendalam tentang suatu produk, membujuk dan juga mampu memberikan alasan membeli suatu produk.
- Frekuensi, yaitu seberapa sering munculnya promosi dimedia sosial.
- Pengetahuan produk, yaitu informasi yang diberikan kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan
- Tanggapan, yaitu tahap memberikan penawaran-penawaran yang menarik kepada konsumen agar timbul rasa ingin untuk membeli suatu produk
- Keputusan, yaitu tahap dimana konsumen berpikir atau memutuskan untuk membeli suatu produk dan merasa puas.

#### 3.3.1 Tabel Indikator Penelitian

Skala Likert untuk memperoleh informasi dari responden. Adapun indikator dan pengukuran instrument penelitian, sebagai berikut:

<b>Komponen Evaluasi</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran</b>
Informasi Responden	Variabel Demografi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nama</li><li>• Jenis Kelamin</li><li>• Umur</li><li>• Pekerjaan</li><li>• Hobby</li><li>• Kesukaan</li></ul>	Kuesioner

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domisili</li> <li>• Pengeluaran per bulan</li> <li>• Pernah mengonsumsi Lamian Palace Jr atau tidak</li> <li>• Asal pengetahuan info Lamian Palace</li> <li>• Alasan mengonsumsi Lamian Palace</li> <li>• Memiliki akun Instagram</li> <li>• Sering mengunjungi akun Instagram Lamian Palace</li> </ul>	
Evaluasi konteks	Efek <i>follower</i>	Keterlibatan <i>follower</i> dalam mempromosikan	Skala likert
		Keterlibatan <i>follower</i> dalam memberikan komen	Skala likert
		Penyampaian harapan konsumen	Skala likert
		Umpan balik konsumen kepada penjual	Skala likert

Evaluasi input	Kesungguhan pemilik untuk mempromosikan bisnisnya	Kehadiran konsumen setelah adanya promosi di instagram	Skala likert
		Rasa senang konsumen akan produk	Skala likert
		Keaktifan follower di instagram	Skala likert

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas (Sumarni dan Wahyuni, 2006:69). Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 100 responden yang merupakan konsumen Lamian Palace dan sekitarnya khususnya millennials.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sumarni dan Wahyuni, 2006:70). Sampel dalam penelitian ini ditentukan berupa para konsumen yang sudah pernah makan di Lamian Palace dan supervisor restoran Lamian Palace di Central Park Mall. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini adalah metode Solvin dengan ukuran populasi yang sudah diketahui (Wiyono, 2011:78). Rumus Solvin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

**Dimana:**

n = ukuran sampel

$N = \text{Populasi}$

$e = \text{nilai presisi (tingkat kepercayaan 95\%, maka } e=0,05)$

Sampel dalam penelitian ini minimal:

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 100 konsumen.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah pengambilan sampel tidak acak. Pengambilan sampel secara tidak acak merupakan tipe sampling yang tidak mempertimbangkan peluang (Sanusi, 2011:94). Untuk tipe pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yang merupakan teknik mengambil sampel dengan menyesuaikan diri berdasar kriteria atau tujuan tertentu (disengaja) dengan cara *judgment sampling* atau pengambilan sampel keputusan (Sumarni dan Wahyuni, 2006:77). Dalam penelitian ini konsumen yang dijadikan sebagai sampel memiliki kriteria yaitu konsumen yang sedang berada di restoran tersebut dan juga memiliki akun instagram.

### 3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di tulisan ini adalah :

#### 1. Wawancara

Wawancara dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung restoran Lamian Palace yang berlokasi di Central Park Mall untuk meminta persetujuan kepada restoran yang bersangkutan untuk diajukan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan bersama Supervisor Lamian Palace.

#### 2. Kuesioner

Penyebaran kuesioner dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada para konsumen khususnya para millennial di restoran Lamian Palace, Central Park Mall dan sekitarnya.

### **3.6 Analisis Data**

Analisis data digunakan untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (Sugiyono, 2014). Analisis data dalam sebuah penelitian merupakan bagian yang sangat penting karena dengan analisis data inilah data yang akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir dalam penelitian. Data yang telah terkumpul peneliti analisis dengan menggunakan analisis deskriptif evaluatif, tujuan dari penelitian evaluatif ini adalah mengetahui tingkat ketercapaian komponen evaluasi konteks, input, proses dan produk promosi bisnis kuliner melalui instagram.

#### **3.6.1 Kuisisioner**

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh sumber data terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif. Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data yaitu menghitung jumlah data yang diperoleh dari data angket/kuesioner dan observasi, kemudian data yang diperoleh dianalisa dalam bentuk persen. Apabila terdapat ketidakcocokan data hasil penelitian maka data dilacak terus sampai ditemukan kebenaran terhadap data. Sehingga apabila dalam penelitian ini ditemukan data angket, observasi, yang tidak sama, maka dilakukan pelacakan sampai didapat data yang benar. Melalui analisis ini juga dapat diketahui, apakah data antara angket, observasi saling melengkapi atau malah bertentangan. Penelitian ini akan menggunakan Teknik pengukuran Central Tendency. Pengukuran Central Tendency adalah pengukuran gejala pusat atau central tendency yang meliputi mean, median, dan mode. Mean merupakan nilai rata-rata dari suatu data yang dihitung dari kelompok data. Median adalah nilai tengah dari kelompok data sebelumnya sudah disusun dari yang terkecil dan terbesar. Mode atau modus adalah nilai yang paling sering muncul dari kelompok data.

### 3.6.2 Wawancara

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan kerangka kerja maupun fokus masalah, maka akan ditempuh tiga langkah utama sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data berarti memilih hal-hal pokok memfokuskan pada hal-hal penting, kemudian dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu (Moleong, 2016). Pada saat reduksi data ini peneliti akan mengumpulkan data dan merangkumnya sesuai keperluan, yaitu melihat bagaimana evaluasi konteks dan evaluasi input promosi bisnis kuliner melalui instagram yang dikumpulkan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi untuk kemudian dijadikan rangkuman.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Imam Suprayogo, adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Moleong, 2016). Sajian data dimaksudkan untuk memilih data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti tentang evaluasi promosi bisnis kuliner melalui instagram, baik berupa uraian singkat, bagan maupun grafik, supaya teratur dan mudah dipahami.

#### 3. Verifikasi

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan ini akan diikuti dengan bukti-bukti yang diperoleh ketika penelitian di lapangan (Moleong, 2016). Verifikasi data dimaksudkan untuk menentukan data akhir dari keseluruhan proses tahapan analisis sehingga keseluruhan permasalahan mengenai evaluasi promosi bisnis kuliner melalui instagram dapat terjawab sesuai dengan data dan permasalahannya.