

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Survei kuantitatif yang akan menjadi bentuk observasi yang akan didukung didalam observasi ini. Pengertian observasi kuantitatif sendiri iyalah, proses observasi yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dilakukan untuk mengkaji suatu sampel atau populasi spesifik, teknik pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif ataupun statistik, yang bertujuan untuk mencoba atau mengkaji sebuah hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D, 2017, hal. 8). Sedangkan penelitia survei yaitu, suatu observasi yang akan dilaksanakan terhadap populasi besar ataupun populasi kecil, tetapi bahan yang akan dikaji yaitu data suatu sample yang diambil dari populasi tersebut lalu, akan ditemukannya kejadian-kejadian distribusi, relatif, dan hubungan anatar variabel psikologis ataupun sosiologis (Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Meethods), 2012).

#### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

##### **3.2.1 Subjek Penelitian**

Subjek observasi yang hendak meneliti kaum milenial yang tinggal didaerah JABOSETABEK studi kasus Jakarta dan bekasi dalam membeli makanan kabs Padang di rumah makan Padang sekitar.

##### **3.2.2 Objek Penelitian**

Objek didalam observasi ini yaitu pengaruh *marketing mix* atau bauran pemasaran dalam minat beli masakan Padang didaerah JABODETABEK (studi kasus Jakarta dan Bekasi) dikalangan kaum milenial.

### **3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Letak observasi ini dilaksanakan di rumah makan Padang daerah JABODETABEK (studi kasus Jakarta dan Bekasi). Pemilihan lokasi disebabkan banyaknya restoran atau rumah makan Padang yang sudah tersebar didaerah JABODETABEK khususnya Jakarta dan Bekasi.

#### **3.3.2 Waktu Penelitian**

Waktu yang dilakukan ketika observasi ini pada 20 Desember 2019 – 18 Maret 2020.

### **3.4 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan perlengkapan/skala atau karakter yang timbul melalui seseorang atau obyek/rasakeinginan yang memiliki disimilaritas tertentu yang akan peneliti tetapkan agar dapat dimengerti lalu bisa diberi kesimpulannya (Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Meethods), 2012, hal. 61).

#### **3.4.1 Identifikasi Variabel**

##### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas yaitu, suatu variabel yang akan merajai atau bisa juga menjadi alasan timbulnya/beralihnya variabel dependen (sugiyono, 2011). Variabel bebas adalah variabel yang keberadaannya dapat mempengaruhi faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti, yang bertujuan untuk dapat menentukan fenomena yang akan diobservasi. Dalam penelitian ini memiliki variabel bebas yaitu (X)

##### **2. Variabel Terikat**

Variabel terkait yakni, variabel yang dapat dirajai atau menjadi suatu akibat, dikarenakan munculnya variabel bebas (sugiyono, 2011). Variabel terikat merupakan, faktor-faktor yang diuji dalam penelitian unuk menentukan adanya imbas terhadap variabel bebas, yang merupakan faktor yang ada atau tidak ada, atau beralih selaras

dengan yang sudah peneliti kenalkan. Dalam observasi ini memiliki variabel terkait yaitu (Y).

### **3.4.2 Definisi Variabel**

Agar tidak terjadinya disimilaritas pemahaman dari per variabel, maka diperlukannya pertegasan dari setiap faktor, yaitu :

1. Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah suatu alat yang pemasar gunakan untuk membentuk suatu karaktersitik jasa yang diberikan kepada pelanggan, lalu alat-alat tersebut bisa digunakan untuk merancang suatu program taktik dalam jangka pendek dan dapat pula untuk menyusun straregi dalam jangka panjang (Fandy, 2014).

2. Minat adalah suatu aspek yang memiliki pengaruh besar terhadap prilaku dan merupaka dorongan yang bisa mengalamatkan dengan apa yang akan seseorang buat untuk selanjutnya. Terkait atas penjualan seorang klien perlu memiliki selera terhadap suatu produk terlebih dauhulu sebelum memutuskan untuk membelinya, para pemasar harus menerapkan strategi agar membangkitkan minat beli akan suatu *produk* (NT, 2013).

### **3.4.3 Skala Pengukuran**

Yang dimaksud skala likert adalah, dapat dipergunakan guna memperkirakan pemikiran, persepsi, dan sikap dalam suatu kelompok atau seseorang mengenai fenomena sosial. Didalam observasi ini, fenomena sosial sudah ditetapkan secara kategoris oleh seorang peneliti, yang selanjutnya dapat dikatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017).

**Tabel 3.1 Tabel Skala Likert**

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sanagt Tidak Setuju	1

### 3.5 Definisi Oprasional dan Indikator Variabel

Keterangan oprasional variabel/faktor meupakan, suatu usaha untu menerjemahkan suatu konsep variabel kedalam suatu instruen penilaian yang dipakai dalam pembuatan observasi ini yaitu :

**Tabel 3.2 Tabel Definisi Oprasional dan Indikator Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Marketing Mix (X)</i>	<i>Marketing Mix</i> /Bauran Pemasaran merupakan suatu alat yang digunakan seorang pembisnis untuk melihat tingkat pembelian seorang konsumen terhadap suatu produknya dan dapat dilihat dari beberapa faktor-faktor yang menentukan minat beli seorang konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk</li> <li>• Harga</li> <li>• Tempat</li> <li>• Promosi</li> <li>• Orang</li> <li>• Bukti Fisik</li> <li>• Proses</li> </ul>	<i>Likert</i>

<p>Minat Beli (Y)</p>	<p>Minat Beli adalah point penting dalam menentukan pembelian atau transaksi yang dijalankan oleh para konsumen dan hasilnya akan dirasakan oleh para pembuka usaha, jadi bagaimana para pembuka usaha harus membangkitkan niat para konsumennya agar transaksi tersebut berjalan lancar dan sesuai dengan target keuntungan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perhatian/<i>atention</i></li> <li>• Ketertarikan/<i>interaset</i></li> <li>• Keinginan/<i>desire</i></li> <li>• Keyakinan/<i>convivtion</i></li> </ul>	<p><i>Likert</i></p>
<p>Demografi</p>	<p>Demografi yaitu suatu Pengetahuan yang menelaah gerak kependudukan manusia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usia</li> <li>• Domisili</li> <li>• Jenis Kelamin</li> <li>• Pendidikan</li> <li>• Jumlah Kunjungan</li> </ul>	

## 3.6 Populasi dan Sampel

### 3.6.1 Populasi

Populasi adalah suatu kawasan menyeluruh yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik masing-masing yang ditetapkan oleh seorang peneliti yang akan dimengerti lalu diambil kesimpulannya (Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Meethods), 2012, hal. 119). Populasi didalam penelitian ini merupakan kaum milenial yang akan memutuskan untuk membeli masakan padang di rumah makan Padang yang berlokasi didaerah JABODETABEK (study kasus Jakarta dan Bekasi).

### 3.6.2 Sampel

Sampel merupakan elemen pada karakteristik dan jumlah yang dipunyai oleh suatu komunitas tersebut (sugiyono, 2011, hal. 81). Dikarenakan belum diketahuinya jumlah populasi dalam observasi ini memakai sistem observasi survei, maka dari itu penelitian ini menggunakan Raosoft sebagai *sample size calculator*, agar dapat diketahuinya sample yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Berdasarkan penghitungan Raosoft bahwa sample yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 sample.

Gambar 3.1 Raosoft

With a sample size of	100	200	300	With a confidence level of	90	95	99
Your margin of error would be	9.78%	6.89%	5.62%	Your sample size would need to be	68	96	165

### **3.7 Teknik Sampling**

Teknik penginputan ilustrasi adalah, suatu teknik untuk memastikan suatu ilustrasi yang hendak digunakan untuk observasi, terdiri dari beberapa metode ilustrasi yang akan digunakan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2016). metode ilustrasi yang dilakukan pada observasi ini yaitu metode *Probability*

#### **3.7.1 Teknik Non Probability**

Teknik *Non Probability* sampling sendiri ialah suatu teknik dimana teknik tidak diberikan ke sembarang Populasi atau anggota. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2015). Teknik *non probability* yang digunakan dengan teknik *cluster*, dalam penelitian ini cluster yang diambil sebagai sample adalah kalangan milenial didaerah JABODETABEK studi kasus Jakarta dan Bekasi.

### **3.8 Sumber Data**

Dalam penelitian ini akan digunakan jenis pengumpulan data kuantitatif, dapat dinyatakan bahwa angka-angka memperlihatkan nilai terhadap jumlah atas faktor yang telah diwakilinya. asal bukti penelitian dapat dibedakan menjadi dua bagian yakni, sumber data skunder dan sumber data primer (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif (Mix Methods), 2015). Dalam observasi ini akan memakai bahan penelitian primer yaitu, atas sistem menyebar kuesioner kepada responden.

#### **3.8.1 Data Penelitian Primer**

Pengertian dari data penelitian Primer yakni, sumber data yang langsung di berikan atau dibagikan suatu data kepada peneliti (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif (Mix Methods), 2015). Data primer yang diperoleh dalam observasi ini dengan cara memberikan atau menyebarkan kuesioner kepada kaum milenial yang berdomisili didaerah JABODETABEK (studi kasus Jakarta dan Bekasi) yang bersedia untuk mengisi kuesioner.

### **3.9 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penghimpunan informasi observasi ini memanfaatkan kuesioner, melalui target responden yang berusia 18 tahun samapai 38 tahun (milenial), berjenis kelamin lelaki dan perempuan, yang berdomisili didaerah JABODETABEK (studi kasus Jakarta dan Bekasi) yang memnentukan pembelian makanan khas Padang dirumah makan Padang sekitar. Sedangkan pengertian kuesioner sendiri adalah suatu teknik mengumpulkan atau mendapatkan data dengan cara meberikan kuesioner tertulis atau angket yang telah dibuat oleh peneliti lalu disebarakan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2013).

### **3.10 Teknik Pengujian Instrumen**

#### **3.10.1 Uji Validitas**

Uji validitas yaitu, sebagai pengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2011). kuat tidaknya suatu kuesioner bisa dilihat dari soal yang ada pada kuesioner, apakah hasil dari pertanyaan tersebut dapat menjawab atau menghasilkan objek yang perlu diukur oleh kuesioner tersebut. Asas yang akan dipercobakan menggunakan SPSS, dengan cara memasukan data yang telah dijawab oleh para responden, setelah itu dapat dilihat berapa persentasi data yang valid dan tidaknya suatu data.

Berdasarkan data kuesioner yang sudah diuji validitasnya melalui SPSS, bisa dilihat bahwa hasil data kuesioner yang telah diisi oleh reponden valid, dikarenakan hasil nilai  $> 0,44$

#### **3.10.2 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas yakni sebagai pengukur kuesioner yaitu merupakan sebuah indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika hasil responden terhadap pertanyaan yang sudah diberikan melalui kuesioner adalah konsisten. Dilakukannya pengujian dengan cara mengeukur anatar jawaban dengan kolerasi pertanyaan menggunakan nilai statistik ( $\alpha$ ) cronbach's alpha dan dikatakan reliabel jika



memberikan nilai  $\alpha > 0,7$  (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2011).

Berdasarkan data dari kuesioner yang di lihat maka bisa terlihat bahwa hasil kuesioner yang didaptakna dari responden sudah reliabel dikarenakan nilai yang didapatkan yaitu,  $\alpha > 0,7$

### **3.11 Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis**

Dalam observasi ini jenis metode analisis data yang digunakan yakni jenis metode Analaisi Faktor. Analisis faktor yaitu, suatu metode agar bisa menegtahui aspek--aspek yang bisa mengartikan hubungan antara indikator indikator yang diteliti.

#### **3.11.1 Analisis Faktor**

Analisis Faktor adalah proses kajian aspek untuk mendapatkan ikatan celah beberapa faktor-faktor yang mandiri satu dengan yang lainnya lalu, dapat dijadikan satu ataupun sebagian kelompok variabel yang sedikit dari variabel yang sebelumnya (Santoso, 2006)

##### **3.11.1.1 Tujuan dan Fungsi Analisis Faktor**

Analisis faktor dapat digunakan sebagai mengidentifikasi beberapa indikator / faktor yang lebih kecil agar bisa dipakai untuk menjabarkan dengan jelas jumlah besar variabel yang saling behubungan (Wijaya, 2010). Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa kegunaan analisis faktor dalam penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi dan mecari faktor apa saja yang bisa mewakili variabel motivasi Minat beli masakan Padang dikalangan Milenial studi kasus Jakarat dan Bekasi.

##### **3.11.1.2 Asumsi Analisis Faktor**

Didalam Analisis Faktor, terdapat beberapa dugaan yang harus dipenuhi, diantaranya: (Santoso, 2006, hal. 13)

1. Interelasi antar Variabel Independen

Besarnya interelasi dengan variabel independen hendaknya patut berpengaruh, contoh minimal diatas 0,5.

## 2. Interelasi Parsial

Besarnya interelasi parsial interelasi antara dua faktor dengan cara berpendapat tetap faktor yang lainnya, bahkan seharusnya kecil.

## 3. Pengujian Seluruh Matriks Interelasi

Didalam pengtesan ini diharuskan memiliki interelasi yang relevan diantaranya paling sedikit beberapa variabel.

Dalam hasil terbilang lalu, dapat dinyatakan bahwa sampel dan variabel yang digunakan menguatkan untuk melakukan kajian lebih lanjut. Nilai yang perlu dilihat yaitu MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) . Nilai pada MSA beralih anatar 0 hingga 1, adanya ketetapan yait (Santoso S. , Analisis Kritis atas Laporan keuangan, 2006):

1. MSA = 1, dapat diperkirakan suatu variabel tanpa kesalahan dengan variabel lainnya
2. MSA > 0,5, suatu variabel masih dapat diperkirakan dan dapat dianalisis lebih lanjut
3. MSA <0,5, tidak dapat dianalisis dan diperkirakan suatu variabel lebih lanjut.

### 3.11.2 Uji Korelasi *Rank Spearman*

Analisi data adalah Penyederhanaan ke sebuah bentuk yang mudah sangat mudah untuk dimengerti. Data yang dianalisis adalah data yang terhimpun dari hasil observasi lapangan untuk mengambil suatu kesimpulan.

#### 1. Metode Pengujian Hipotesis

Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *rank spearman*, uji korelasi *rank spearman* dapat digunakan agar dapat mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel berskala ordinal, yang di mana adalah

variabel bebas dan tergantung (Jonathan Sarwono, 2010). Rumus analisis korelasi sebagai berikut (Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2013).

### Gambar 3.2 Rumus Analisis Korelasi

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Adanya penjelasan rumus diatas sebagai berikut :

### Gambar 3.3 Penjelasan Rumus Korelasi Analisis

$\rho$  = Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

$b_i$  = Rangking Data Variabel  $X_i - Y_i$

n = Jumlah Responden

Setelah terhitung persamaan analisis korelasi *rank spearman*, lalu dilakukannya uji dengan memakai kriteria yang dharuskan, yaitu dengan membandingkan nilai  $\rho$  hitung dengan nilai  $\rho$  tabel yang dirumuskan sebagai berikut :

Apabila,  $\rho$  hitung  $< 0$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima

Apabila,  $\rho$  hitung  $> 0$ , berarti  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima

Untuk menilai seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan itu digunakan koefisien diterminasi (KD) ialah Koefisien korelasi yang sering dinyatakan menggunakan persentase, sedangkan berikut rumus dari koefisien korelasi diterminasi :

### Gambar 3.4 Rumus Koefisien Korelasi Determinasi

$$KD = r_s^2 \times 100\%$$

Penjelasan :

KD = Koefisien Diterminasi

$r_s$  = Koefisien *Rank Spearman*

Hasil perhitungan dapat dilihat dari tabel berikut yang tingkat ukurnya bisa dilihat dari yang sangat rendah hingga sangat kuat (Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2010)

**Gambar 3.5 Interpretasi Nilai**

#### Interpretasi nilai $r_s$

$r_s$	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat