

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah, variabel budaya (X_1), variabel sosial (X_2), dan variabel psikologis (X_3) sebagai variabel *independent* dan sebagai variabel *dependent* nya adalah keputusan pembelian wisatawan domestik pada produk wisata kuliner di wilayah Bojonagara (Y).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Bojonagara dan dilaksanakan mulai bulan Maret sampai bulan Juni 2012. Adapun pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan atas pertimbangan :

1. Wilayah Bojonagara merupakan lokasi yang strategis yang merupakan jalur masuk wisatawan dari bagian barat kota Bandung.
2. Wilayah Bojonagara memiliki empat kecamatan, yang dimana masing-masing kecamatan tersebut memiliki potensi wisata kuliner. Berikut adalah titik-titik lokasi yang dijadikan lokasi penelitian:

Tabel 3.1 Lokasi Penelitian

Kecamatan	Lokasi Penelitian
Andir	Jl. Sudirman, Gardu Jati, Kelenteng
Sukajadi	Terusan Pasteur, Cipaganti,

	Sukajadi
Sukasari	Jl. Setiabudhi
Cicendo	Jl. Pasirkaliki, Jl. Pajajaran

Sumber: Pra Penelitian (2012)

3.3 Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara atau jalan yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diajukan, maka penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif. Mengenai pengertian metode deskriptif Arikunto (2002: 309) menjelaskan sebagai berikut: “Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan”. Adapun jenis dari penelitian deskriptif yang akan peneliti gunakan adalah metode survei. Menurut Kerlinger (Sugiono, 2004:7) mengemukakan bahwa:

Metode penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditentukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian ini untuk memperoleh pemecahan masalah diperlukan adanya data. Data diperoleh dari objek penelitian atau populasi yang diselidiki. Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau objek yang mempunyai sifat-sifat umum. Dalam hal ini Arikunto (2002: 102) menjelaskan sebagai berikut: “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik di kota Bandung dengan diperoleh informasi bahwa rata-rata pengunjung pada tahun 2011 adalah sebesar 3.882.010 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung), adapun populasi produk wisata kuliner yang ada di wilayah Bojonagara sebanyak 102 jenis produk wisata kuliner yang tersebar di empat kecamatan lokasi penelitian, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2

Populasi Produk Wisata Kuliner di Wilayah Bojonagara

Kecamatan	Populasi Lokasi Produk Wisata Kuliner
Andir	18
Sukajadi	22
Sukasari	13
Cicendo	49
Jumlah	102

Sumber: Pra Penelitian (2012)

3.4.2 Sampel

Dalam setiap penelitian sering digunakan sampel atau wakil penelitian. Arikunto (2002: 104), menjelaskan bahwa : “Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti”. Dari pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi.

Adapun metode penarikan sampel dalam penelitian yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Responden adalah pengunjung atau wisatawan yang sedang membeli dan mengkonsumsi produk wisata kuliner di wilayah Bojonagara. Adapun ketentuan yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

- a) Pengunjung merupakan Wisatawan Domestik yang diketahui dengan melakukan wawancara.
- b) Usia minimal pengunjung adalah 17 tahun, karena diasumsikan mampu menjawab dan menganalisis pertanyaan dan informasi yang diberikan.

Metode pengambilan sample yang ideal, seperti yang dikutip dari Herliana, Putri (2011, 83) mempunyai sifat- sifat sebagai berikut :

1. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti
2. Dapat menentukan posisi dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku (standar) dari taksiran yang diperoleh
3. Sederhana sehingga mudah dilaksanakan

4. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya seminimal mungkin

Menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{3.882.010}{1 + 3.882.010 (0,05)^2} \\
 &= \frac{3.882.010}{1 + 3.882.010 (0,0025)} \\
 &= 399,95 \longrightarrow 400 \text{ Orang}
 \end{aligned}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan yang ditolerir

Sehingga dengan nilai kritis sebesar lima persen maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 400 orang wisatawan. Agar sampel yang diambil representatif atau mewakili populasi sebenarnya, maka pengambilan responden dilakukan pada hari dan jam yang dapat mewakili perilaku populasi wisatawan yang beragam, yaitu pada hari libur besar maupun akhir pekan yang disesuaikan dengan jam operasional lokasi wisata kuliner. Dengan usaha ini, diharapkan responden yang terambil dapat mewakili populasi sebenarnya wisatawan domestik di kota Bandung.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian (Arikunto, 2000:96). Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi. Variabel terikat (Y) adalah akibat (Arikunto, 2000:97) Adapun dalam penelitian ini sebagai variabel bebasnya yaitu variabel budaya (X_1), variabel sosial (X_2), dan variabel psikologis (X_3) sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y).

Untuk mewujudkan suatu kesatuan fikir atau untuk menghindari bermacam-macam interpretasi maka perlu ditegaskan istilah berkaitan dengan penelitian ini. Adapun definisi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
1.	Budaya (X_1)	Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Kotler (1997: 144)	Ciri khas dari sekumpulan orang yang diterapkan secara turun-temurun sebagai penuntun dari kehidupan mereka sehari-sehari.	Skor ciri khas dan nilai yang diterapkan meliputi: <ul style="list-style-type: none"> Mengonsumsi produk kuliner tsb karena sudah terbiasa mengkonsumsinya setiap kali ke kota Bandung (Nilai kebiasaan	Ordinal

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
				<p>makan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengonsumsi produk kuliner tsb karena hanya ditemui di wilayah Bojonagara. <p>(Wilayah Geografis)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengonsumsi produk kuliner tsb karena dapat mencerminkan kelas sosial/prestige <p>(Kelas Sosial)</p>	
2.	Sosial (X ₂)	Divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya yang menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.	Pemenuhan keadaan sosial seseorang yang akan mempengaruhi tingkah laku.	<p>Skor pemenuhan keadaan sosial, meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengonsumsi produk kuliner unggulan tsb karena mencerminkan gaya hidup (Gaya Hidup) Berdasarkan pengalaman dari anggota keluarga lainnya. <p>(Pengalaman dari anggota keluarga)</p> <ul style="list-style-type: none"> Adanya pengaruh dari teman yang juga mengonsumsi produk tsb. <p>(Pengaruh Teman)</p>	Ordinal
3	Psikologis (X ₃)	Keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan-keinginan yang berasal dari diri pribadinya	Keadaan psikologis yang timbul dari diri wisatawan.	<p>Skor psikologis yang timbul dari aspek:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adanya motivasi membeli produk kuliner tsb karena 	Ordinal

Intan Nurhapni, 2012

Analisis Pengaruh Budaya, Sosial dan Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Wisata Kuliner Di Wilayah Bojonagara Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
		untuk menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya		rasa dan kualitas (Motivasi) <ul style="list-style-type: none"> Adanya persepsi dari iklan atau tayangan di media massa atas kualitas produk kuliner tsb. (Persepsi) <ul style="list-style-type: none"> Adanya pemahaman akan produk kuliner unggulan tsb baik dari segi asal usul kuliner, manfaat (Pengetahuan)	
4.	Pengambilan Keputusan Produk Wisata Kuliner (Y)	Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. (Kotler, 1997: 165)	Merupakan suatu tindakan konsumen dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya mengkonsumsi produk Wisata Kuliner diikuti oleh kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.	Diukur dari: <ul style="list-style-type: none"> Bagaimana konsumen menjatuhkan pilihan atau alternatif pada produk yang terbaik, Pengambilan keputusan dilakukan secara sadar, rasional, obyektif dan terencana. Pembelian kembali 	Ordinal

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung. Dalam penelitian ini, menggunakan data primer dari Wisatawan Domestik.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya, akan tetapi data hasil olahan dari pengambilan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain dari penelitian terdahulu, literatur-literatur, media cetak (surat kabar dan majalah), dan media elektronik (internet).

3.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner (angket), yaitu dengan membuat daftar pernyataan yang berkaitan dengan faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan keputusan pembelian. Dengan rincian faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis dan keputusan pembelian masing-masing sebanyak 3 pertanyaan, di mana alternatif jawaban (a) sampai dengan (d), nilai skor 4-1, yakni:

Jawaban a = Sangat Setuju mendapat nilai skor 4;

Jawaban b = Setuju mendapat nilai skor 3;

Jawaban c = Tidak Setuju mendapat nilai skor 2;

Jawaban d = Sangat Tidak Setuju mendapat nilai skor 1.

2. Wawancara

Selain pengisian angket, juga akan menggunakan teknik wawancara untuk mendukung keakuratan dan kelengkapan kuesioner tersebut. Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data lain yang tidak dapat di nyatakan dalam kuesioner.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu studi yang dilakukan dengan usaha mengumpulkan data yang diperlukan dengan membaca buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu buku-buku mengenai pariwisata, sejarah kota bandung, psikologi, kuliner, metodologi penelitian, statistik, dan buku penunjang lainnya.

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Sebelum menganalisis data dan agar data yang dihasilkan tidak bias, maka instrumen penelitian sebagai alat ukur harus diuji terlebih dahulu kevalidannya

dan kereabilitasnya. Pengujian alat ukur penelitian ini dilakukan melalui dua macam uji, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono (2011) menggunakan analisa Item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*⁷. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung $>$ dari nilai r tabel.

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan $(n-2)$, dimana n menyatakan jumlah banyaknya responden.

Jika $r_{hitung} > r_{0,05}$ dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{0,05}$ tidak valid.

Jika instrumen itu valid, menurut Riduwan yang dikutip dari Herliana, Putri (2011: 94) maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya.

Antara 0,800 – 1,000 : sangat tinggi

Antara 0,600 – 0,799 : tinggi

Antara 0,400 – 0,599 : cukup tinggi

Antara 0,200 – 0,399 : rendah

Antara 0,000 – 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Adapun perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (1998 : 220):

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

3.8.2 Uji Reliabilitas

Sedangkan uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda.

Menurut Arikunto (1998:145): “Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha (Arikunto, 1998: 138) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ^2 = jumlah varians total

Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung \geq dari r tabel dengan taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah reliabel, sebaliknya jika r hitung lebih \leq r tabel maka instrument tidak reliabel.

3.8.3 Analisis Kualitatif

Analisis ini digunakan untuk penganalisisan secara argumentatif berdasarkan data- data bersifat karakteristik atas jawaban kuesioner yang telah diperoleh dari wisatawan domestik.

3.8.4 Analisis Kuantitatif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis secara statistik guna melakukan uji hipotesis terhadap data-data yang diperoleh, di mana proses perhitungannya menggunakan SPSS For Windows.

3.8.4.1 Analisis Regresi Berganda

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, tahap awal yang dilakukan adalah melakukan pengolahan data dengan mengubah data ordinal menjadi data interval dengan menggunakan metode suksesif interval. Metode suksesif interval berfungsi untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Langkah kerja *Methods of Succesive Interval* adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan tiap butir pertanyaan dalam angket.
2. Untuk tiap butir tersebut, tentukan berapa banyak responden yang mendapatkan (menjawab) skor 0 dan 1 yang disebut frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi (p).
4. Tentukan proporsi kumulatif (PK) dengan cara menjumlahkan antara proporsi yang ada dengan proporsi sebelumnya.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, tentukan nilai z untuk setiap kategori.
6. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai z yang diperoleh dengan menggunakan tabel ordinat distribusi normal baku.
7. Hitung SV (*Scale Value*) atau nilai skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(\text{Densitas of Lower Limit}) - (\text{Density of Upper Limit})}{(\text{Area Bellow Upper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus:

$$Y = SV + [1 + |SV \min|]$$

dimana nilai k adalah:

$$k = 1 + |SV \min|$$

Setelah data ditransformasikan dari skala ordinal ke interval, hipotesis dapat langsung diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya menurut Sunyoto, Danang (2011:9) digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

dimana :

y = variabel terikat (keputusan pembelian)

$x_{1,2,3}$ = variabel bebas (faktor budaya = X1, faktor sosial = X2,
faktor psikologis = X3)

a = nilai konstanta

$b_{1,2,3}$ = nilai koefisien regresi

3.8.4.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

$H_a : \beta > 0$ artinya ada pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y

$H_a : \beta < 0$ artinya ada pengaruh negatif antara variabel X terhadap variabel Y

• Uji F

Uji F digunakan dengan maksud untuk melihat pengaruh variable-variable bebas terhadap variable terikat secara simultan. Hipotesisnya adalah :

H_0 : diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel} \left(df = \frac{k}{n-k-1} \right)$

H_a : ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel} \left(df = \frac{k}{n-k-1} \right)$

Artinya apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka pengaruh bersama antara variable bebas secara keseluruhan terhadap variable terikat tidak signifikan, tetapi sebaliknya apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka pengaruh bersama antara variable bebas terhadap variable terikat adalah signifikan.

Pengujian hipotesis (Sugiono, 2003: 154) dilakukan dengan mencari nilai F_{hitung} dengan menggunakan korelasi ganda dan dapat dihitung dengan rumus:

$$R_{YX_i X_j} = \sqrt{\frac{r^2 YX_i + r^2 YX_j - 2r_{YX_i} r_{YX_j} r_{X_i X_j}}{1 - r^2 X_i X_j}}$$

Uji signifikansinya dapat dihitung dengan rumus (Gujarati, 2001: 1):

$$F = \frac{ESS / (k - 1)}{RSS / (n - k)} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

k = Parameter (jumlah variable independent)

n = Jumlah observasi

$F = F_{hitung}$ yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} .

- **Uji T**

Pengujian hipotesis dengan uji t adalah untuk melihat pengaruh variable-variabel bebas (independent) terhadap variable terikat (dependen) secara parsial dilakukan dengan uji t ini. uji signifikansinya dapat dihitung melalui rumus (Gujarati, 2001: 78) :

$$t = \frac{\hat{\beta}_1 - \beta_1}{S_{ek}}$$

Setelah diperoleh t hitung, selanjutnya bandingkan dengan t table dengan α disesuaikan, adapun cara mencari t table dapat menggunakan rumus :

$$t_{\text{tabel}} = n - k$$

dimana : $t = t_{\text{tabel}}$ pada α disesuaikan

$n =$ banyak sample

$k =$ variable bebas

adapun kriteia yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 diterima, jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, df (n-k)

H_0 ditolak, jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, df (n-k)

Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.