

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian memiliki peranan yang sangat strategis karena data mengenai variabel yang akan diamati dalam penelitian terdapat pada subjek tersebut. Secara umum, subjek penelitian merujuk pada orang, benda, atau lembaga (organisasi) yang menjadi fokus dan dasar kesimpulan dari penelitian yang dilakukan (Hanaf, 2011).

Sementara itu, objek penelitian adalah kumpulan elemen seperti orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti untuk memperoleh data secara terarah (Supranto, hlm. 25). Objek penelitian mengacu pada karakteristik atau kondisi dari sesuatu yang menjadi fokus dan target dalam penelitian. Karakteristik ini dapat meliputi berbagai aspek seperti perilaku, aktivitas, pendapatan, pandangan, evaluasi, sikap, simpati, antipati, keadaan emosional, dan proses.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah minuman bandrek kemasan, sedangkan subjek penelitiannya meliputi generasi Z, pemerintah (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata), produsen, akademisi, pemerhati, dan pemasok. Peneliti ingin mengevaluasi daya tarik minuman bandrek sebagai warisan wisata kuliner di Kawasan Bandung Raya dan menentukan minuman bandrek kemasan mana yang lebih menarik bagi generasi Z. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari cara agar minuman bandrek kemasan dengan daya tarik yang rendah dapat meningkat.

3.2 Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah disiplin ilmu yang mempelajari metode, terutama metode ilmiah, yaitu cara-cara yang digunakan untuk mengembangkan suatu bidang ilmu. Metodologi juga dapat dipahami sebagai studi tentang prinsip-prinsip dasar dalam penyelidikan, yang sering kali mencakup isu-isu terkait logika, klasifikasi, dan asumsi dasar. (Sugiyono, 2020)

Penulis menggunakan metode campuran, sebuah kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk mengukur data dan biasanya menggunakan analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti akan menganalisis tanggapan Gen Z terhadap minuman Bandrek kemasan. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menafsirkan fakta-fakta yang ada di lapangan pada saat ini. Berikut adalah penjabaran dari variabel yang digunakan pada penelitian ini. Berikut adalah penjabaran variabel yang diteliti pada penelitian ini :

1. Variabel Independen : Daya Tarik Kemasan
2. Variabel Dependen : Generasi Z
3. Variabel Eksogen : (1) Daya Tarik, (2) Minuman Tradisional, (3) Warisan Wisata Kuliner

Penelitian kualitatif tidak menggunakan angka untuk mengumpulkan data atau memberikan penafsiran terhadap hasilnya. Meskipun demikian, ini tidak berarti bahwa penelitian kualitatif sama sekali tidak menggunakan angka. Penelitian kualitatif biasanya mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi pada objek penelitiannya. (Sugiyono, 2020)

Pada penelitian kualitatif ini penulis akan menggunakan metode ini untuk menganalisis peran dari indikator daya tarik, indikator wisata kuliner & indikator minuman tradisional untuk menganalisis minuman bandrek kemasan di kawasan Bandung Raya sebagai warisan wisata kuliner menggunakan teori Nona Helix dalam pengambilan data. Penggunaan teori ini bertujuan untuk menggali informasi melalui beberapa narasumber diantaranya, pemerintah, pelaku usaha, pemasok, akademisi, pemerhati (budayawan), NGOs, dan teknologi informasi.

Pendekatan metode dalam penelitian ini juga akan mencakup analisis deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis riset yang bertujuan untuk menjelaskan secara rinci peristiwa sosial dan fenomena alam. Dalam penelitian ini, data akan disajikan baik dalam bentuk angka, yang biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif, maupun dalam bentuk kata-kata dan teori, yang lebih umum dalam penelitian kualitatif (Punaji, 2010).

ZHAFIRA ZHARFANISA HASANAH, 2024

DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DIKALANGAN GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA KULINER DI KAWASAN BANDUNG RAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator masing-masing variabel serta skala pengukuran yang akan digunakan. Hal ini penting agar pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan akurat menggunakan alat bantu yang tepat. Secara rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Pokok Bahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
KUANTITATIF				
Kemasan	Kemasan merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana desain dan fitur kemasan dapat memengaruhi perilaku konsumen, persepsi merek, dan keputusan pembelian. Teori ini mengakui peran penting kemasan dalam mempengaruhi citra produk, daya tarik visual, dan pengalaman konsumen secara keseluruhan	Daya Tarik Visual	Desain kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing di rak toko. Faktor-faktor seperti warna, grafik, logo, dan bentuk kemasan dapat memengaruhi persepsi merek dan citra produk.	Ordinal
		Kenyamanan dan Fungsionalitas	Kemasan yang dirancang dengan baik harus mudah digunakan, dibuka, dan disimpan. Fitur-fitur seperti tutup, pegangan, atau bagian yang dapat dituangkan dapat meningkatkan kenyamanan	Ordinal

	(Kotler, 2020)		penggunaan produk.	
		Keamanan dan Kebersihan	Kemasan harus memastikan keamanan produk dan melindungi dari kontaminasi atau kerusakan selama penyimpanan dan pengiriman. Ini termasuk penggunaan material kemasan yang aman dan tahan lama.	Ordinal
		Inovasi Teknologi	Inovasi kemasan juga mencakup penggunaan teknologi terbaru dalam desain kemasan, seperti kemasan ramah lingkungan, kemasan yang dapat didaur ulang, atau kemasan pintar yang dilengkapi dengan sensor atau label yang dapat berinteraksi dengan konsumen	Ordinal
Generasi Z	Perilaku Gen Z dapat dikelompokkan ke dalam empat komponen besar yang berlandas pada satu fondasi yang kuat bahwa Gen Z adalah generasi yang mencari akan suatu kebenaran.	Pentingnya Pengalaman	Generasi Z cenderung lebih mementingkan pengalaman daripada kepemilikan barang. Mereka cenderung lebih memberikan pengalaman langsung yang memuaskan.	Ordinal
		Kesadaran Merek dan Kualitas	Generasi Z merupakan generasi yang terbiasa dengan informasi yang mudah diakses di internet, mereka juga menyadari nilai merek	Ordinal

	(McKinsey, 2018)		dan kualitas produk. Mereka cenderung melakukan riset sebelum membeli dan memilih merek yang memberikan nilai terbaik sesuai dengan anggaran mereka	
		Keterlibatan Aktif dalam pembelian	Generasi Z tidak ragu untuk memberikan umpan balik tentang produk atau layanan yang mereka gunakan	Ordinal
		Proses Pembelian	produk atau layanan yang mereka gunakan. Mereka cenderung terlibat aktif dalam proses pembelian dengan berbagi pengalaman mereka melalui ulasan online, media sosial, atau platform pengguna.	Ordinal
		Kreativitas dan Ekspresi Diri	Generasi Z sering menggunakan pembelian sebagai cara untuk mengekspresikan identitas dan gaya pribadi mereka. Mereka cenderung tertarik pada produk-produk yang unik, kreatif, dan memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kepribadian mereka	Ordinal

			secara individual.	
		Tren Pembelian Berkelanjutan	Generasi Z cenderung lebih memilih pembelian yang berkelanjutan dan mempertimbangkan dampak lingkungan dari produk yang mereka beli. Mereka cenderung mendukung merek yang menggunakan bahan ramah lingkungan atau memiliki program daur ulang.	Ordinal
KUALITATIF				
Daya Tarik Wisata Kuliner	Daya Tarik Wisata Kuliner adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Adapun tiga komponen utama pada teori ini yaitu, keaslian makanan, kualitas pengalaman, dan konteks sosial yang melibatkan interaksi antara	Keaslian Makanan	Mengacu pada bagaimana makanan mencerminkan tradisi dan budaya lokal, serta kualitas bahan baku yang digunakan.	Nominal
		Kualitas Pengalaman	Mencakup cara makanan disajikan, suasana tempat makan, dan pelayanan yang diberikan, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan wisatawan.	Nominal

	wisatawan dan masyarakat lokal (Yuan, 2021)	Konteks Sosial	Melibatkan interaksi antara wisatawan dan penduduk lokal, serta pengalaman berbagi yang dapat meningkatkan makna dari pengalaman kuliner.	Nominal
Minuman Tradisional	Minuman tradisional adalah segala sesuatu yang telah diwariskan dari generasi ke generasi yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu. Sedangkan bandrek adalah minuman	Bahan-Bahan Lokal	Minuman tradisional sering kali menggunakan bahan-bahan lokal atau regional yang spesifik untuk daerah atau budaya tertentu. Misalnya, penggunaan jahe atau herba lain yang tumbuh di wilayah tertentu seperti di Jawa Barat.	Nominal
	tradisional orang Sunda dari Jawa Barat dengan bahan dasarnya adalah jahe dan gula merah. (M Abed Al Jabiri, 2000).	Teknik Tradisional	Proses pembuatan minuman tradisional sering melibatkan teknik atau metode tradisional yang telah diturunkan dari generasi ke generasi.	Nominal
Wisata Kuliner dan Upaya Pelestarian Warisan Minuman Tradisional	Teori wisata kuliner memberikan wawasan yang penting bagi industri	Penekanan pada Pengalaman Kuliner	Teori ini menekankan pentingnya pengalaman kuliner dalam perjalanan wisata sebagai	Nominal

Bandrek	<p>pariwisata dalam memahami potensi wisata kuliner sebagai sumber daya yang berharga, serta dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi yang tepat untuk memanfaatkan daya tarik kuliner lokal secara efektif.</p>		<p>bagian integral dari eksplorasi budaya suatu destinasi. Wisatawan tidak hanya mencari makanan yang lezat, tetapi juga ingin memahami cerita di balik hidangan, teknik memasak tradisional, dan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam kuliner lokal.</p>	
	<p>(Perri, 2017).</p> <p>Definisi Pelestarian pusaka merupakan upaya untuk melindungi pusaka dari keterlantaran, kerusakan, dan kepunahan. Selain itu,</p>	<p>Pentingnya Warisan Kuliner Lokal dan upaya pelestarian</p>	<p>Teori pentingnya warisan kuliner menyoroti peran upaya pelestarian. Makanan tradisional sering menjadi daya tarik utama destinasi, dan pengalaman kuliner yang otentik dapat menjadi cara yang efektif untuk</p>	<p>Nominal</p>

pelestarian juga bertujuan untuk menciptakan pusaka-pusaka masa depan yang bernilai (Anastasia et al., 2013).		memahami dan menghargai budaya lokal.	
	Identitas Kultural dan Kreativitas Kuliner	Teori ini mengeksplorasi bagaimana makanan mencerminkan identitas kultural suatu komunitas dan bagaimana inovasi dalam kuliner dapat mempengaruhi daya tarik pariwisata. Kuliner menjadi cara ekspresi budaya dan kreativitas lokal yang unik.	Nominal
	Pengaruh Ekonomi Pariwisata	Pariwisata kuliner memiliki dampak ekonomi yang signifikan, termasuk penciptaan lapangan kerja dalam industri makanan dan	Nominal

			minuman, pertumbuhan bisnis kuliner lokal, dan diversifikasi pendapatan di daerah wisata.	
--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah oleh penulis (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 117), populasi dapat diartikan dengan objek ataupun subjek tertentu yang memiliki kualitas dan juga karakteristik tertentu yang dicakup oleh wilayah generalisasi. Peneliti dapat mempelajari dan mengambil kesimpulan dari populasi yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi dapat memiliki jumlah yang terbatas maupun yang tidak terbatas. Namun, penelitian hanya dapat dilakukan dengan populasi yang memiliki jumlah terbatas (Hartono, 2011, hlm. 46). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kawasan Bandung Raya.

Tabel 3. 2 Populasi Generasi Z di Kawasan Bandung Raya

Wilayah	Data Tahun Sensus	Jumlah Jiwa
Kota Bandung	2022	867.000
Kota Cimahi	2022	190.000
Kabupaten Bandung Barat	2022	616.000
Kabupaten Bandung	2022	1.270.000
TOTAL JUMLAH JIWA		2.943.000

Sumber : Data diolah oleh penulis dari berbagai BPS di wilayah terkait (2024)

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi. Ketika populasi memiliki karakteristik yang besar, seperti membutuhkan dana penelitian yang signifikan, sumber daya yang banyak, dan waktu yang lama, yang dapat

mengakibatkan kendala dalam penelitian, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Agar kesimpulan dari penelitian dapat diterapkan pada keseluruhan populasi, penting bahwa sampel yang diambil benar-benar merepresentasikan karakteristik populasi tersebut.(Sugiyono, 2020)

Penelitian ini menggunakan dua jenis teknik sampling, yaitu *Nonprobability Sampling* berupa *Purposive Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Sedangkan *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang bergantung pada faktor spontanitas, di mana siapa saja yang secara acak atau tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria karakteristik responden yang diinginkan, dapat dipilih sebagai sampel dan dapat dilakukan dengan mudah melalui platform online seperti media sosial, survei daring, atau forum diskusi. (Sugiyono, 2020).

Populasi dalam penelitian ini meliputi Generasi Z yang berada di Kawasan Bandung Raya. Untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar representatif terhadap populasi tersebut, pengambilan sampel dilakukan dengan cermat (Sugiyono, 2019:81). Mengingat lokasi penelitian yang terbatas pada kawasan Bandung Raya, jumlah responden yang diperlukan belum dapat dipastikan secara pasti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel yang tepat.

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 90% atau sig=0,1

Sumber : (Nalendra et al., 2021 hlm. 142)

Dengan penemuan rumus tersebut, maka perhitungan populasi masyarakat Generasi Z di Kawasan Bandung Raya yang digunakan oleh peneliti sebagai sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2943000}{1 + 2943000(0,1)^2}$$

n = 99,99 dibulatkan menjadi 100

Sumber : Diolah Penulis, 2024

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa responden yang harus diperoleh adalah 100 responden dengan perhitungan menggunakan jumlah ukuran populasi yang ada, 2.943.000, dan nilai sig/error sebesar 10% yang dikonversi menjadi 0,1.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah langkah krusial untuk memperoleh informasi yang diperlukan dan membantu dalam memecahkan masalah yang sedang diteliti. Proses ini melibatkan pencatatan dan pengambilan informasi mengenai peristiwa atau aspek tertentu dari elemen populasi, yang akan mendukung kelancaran penelitian.

Menurut Sugiyono (2013), tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Oleh karena itu, diperlukan teknik pengumpulan data yang merupakan langkah strategis dalam proses penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa *mix method*, yang dimana menggunakan dua metode yaitu kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini sesuai dengan aspek-aspek yang relevan dalam menilai daya tarik minuman bandrek kemasan di Kawasan Bandung Raya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan data sebagai berikut :

1. Observasi

Teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan mengamati aspek-aspek yang relevan dengan penelitian secara langsung maupun tidak langsung, dan hasilnya dicatat menggunakan alat observasi. Dalam penelitian ini, observasi atau survei berfungsi sebagai data sekunder untuk melengkapi data primer dalam penelitian kualitatif. Peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi pabrik produsen bandrek di Kawasan Bandung Raya, yang digunakan sebagai data sekunder. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh produsen bandrek kemasan dan mencari cara untuk meningkatkan daya tarik minuman bandrek kemasan.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data wawancara dilakukan dengan cara peneliti berbicara secara langsung dengan narasumber untuk mengambil informasi yang akan digunakan untuk keperluan data primer. Teknik pengumpulan data ini merupakan pilihan yang tepat untuk penelitian sosial (Newman,2013). Penelitian ini menggunakan pendekatan wawancara semi berstruktur yang dilakukan berdasarkan pedoman wawancara. Namun, untuk memastikan fleksibilitas dan memungkinkan peneliti menggali data dengan lebih mendalam, peneliti akan mengembangkan pertanyaan dan menentukan isu-isu yang akan dibahas. Berdasarkan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat mengungkap informasi yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan secara komprehensif dan mendalam.

Proses wawancara akan dilakukan melalui sesi wawancara secara langsung dengan beberapa narasumber sebagai komponen pemangku kebijakan *nona helix* , seperti pelaku usaha, pemerintah, akademisi/ahli, pemerhati kuliner, dan pemasok untuk mengeksplorasi upaya-upaya

dalam meningkatkan daya tarik minuman bandrek kemasan di Kawasan Bandung Raya. Melalui penggunaan lembar wawancara, diharapkan narasumber bisa lebih leluasa dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

3. Kuisisioner/Angket

Teknik pengumpulan data kuisisioner atau angket dilakukan dengan berkomunikasi dengan sumber data. Lembar kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data tentang faktor pembelian minuman bandrek kemasan di kalangan Generasi Z. Lembar kuisisioner ini bertujuan untuk mengevaluasi pengetahuan dan aksesibilitas masyarakat terhadap minuman bandrek kemasan, serta mencatat berbagai merek bandrek kemasan yang pernah ditemukan atau dinikmati oleh Generasi Z di wilayah Bandung Barat. Data yang diperoleh akan diurutkan berdasarkan frekuensi penyebutan dari yang paling sering hingga yang paling jarang oleh Generasi Z di Kawasan Bandung Raya. Kemudian hasilnya akan menggambarkan tingkat daya tarik minuman bandrek kemasan di kalangan Generasi Z di wilayah Bandung Raya. Kuisisioner disebarkan kepada 100 responden di lokasi penelitian menggunakan metode pengambilan responden secara acak (*accidental sampling*).

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan jenis data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber pustaka lainnya. Di sisi lain, data primer mencakup wawancara, penyebaran kuisisioner, serta survei dan observasi yang dilakukan secara langsung.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, kuisisioner, dan dilanjutkan dengan studi literatur. Teknik pengumpulan data kuisisioner tertutup dimana peneliti sudah menyediakan alternatif

jawaban untuk responden dan responden hanya perlu memilih satu dari seluruh alternatif pilihan yang sudah disediakan oleh peneliti sesuai dengan pendapat pribadi pemilih.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah *mixed method*. Metode penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dalam bentuk angka dan kalimat, yang selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif menggunakan analisis data dan tabel. Sumber data merupakan subjek yang memberikan informasi data yang akan digunakan peneliti untuk penelitian. Sumber data sendiri dapat dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder yang dapat diartikan sebagai berikut:

1. **Sumber Data Primer** : adalah data yang langsung berasal dari sumber asli atau utama, seperti narasumber, responden, atau subjek penelitian (Umi N., 2008:98).
2. **Sumber Data Sekunder** : adalah data yang dikumpulkan dan diolah dari sumber data sebelumnya. Contoh sumber data sekunder termasuk publikasi pemerintah, catatan atau dokumentasi perusahaan, situs web, internet, dan analisis industri oleh media (Uma S., 2011).

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari narasumber dan responden penelitian, sementara data sekunder dikumpulkan dari literatur, artikel, jurnal, situs web, dokumen instansi pemerintahan terkait, serta informasi lain mengenai minuman tradisional bandrek kemasan.

3.7 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan antara lain lembar wawancara, kuisisioner/angket. Berikut merupakan pemaparan rancangan instrumen penelitian yang akan digunakan.

A. Wawancara

Instrumen wawancara digunakan untuk mencari data pada variabel kualitatif dalam penelitian ini, yaitu pada variabel daya tarik wisata, variabel minuman tradisional, dan variabel wisata kuliner. Melalui variabel tersebut, lampiran lembar wawancara dilampirkan secara terpisah.

B. Kuisisioner (Angket)

Lembar kuisisioner ini digunakan untuk mencari data pada variabel kuantitatif, yaitu variabel Kemasan dan juga variabel Generasi Z. Di bawah ini adalah rancangan instrumen penelitian yang digunakan untuk menentukan indikator yang akan diukur menjadi sejumlah item pertanyaan. Tabel dibawah ini adalah rancangan instrumen kuisisioner digunakan untuk setiap variabel :

Tabel 3. 3 Rancangan Instrumen Pertanyaan Kuantitatif

Nama Variabel	Indikator Variabel	Nomor Item	Jumlah Item
Kemasan	Kesesuaian dengan Produk (X1)	1,2,3	3
	Daya Tarik Visual (X2)	4,5,6	3
	Kenyamanan dan Fungsionalitas (X3)	7,8,9	3
	Keamanan dan Kebersihan (X4)	10,11,12	3
	Inovasi Teknologi (X5)	13,14	2

Generasi Z	Kesadaran Merk dan Kualitas Produk (Y1)	15,16,17,18,19,20	6
	Keterlibatan Aktif dalam Proses Pembelian (Y2)	21,22,23,24	4
	Tren Pembelian Berkelanjutan (Y3)	25,26,27	3

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2024

3.8 Pengujian Instrumen

3.8.1 Pengujian Validitas

Konsep penting dalam menilai kualitas instrumen penelitian adalah pengujian validitas. Pada penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan angket harus lulus pengujian validitas. Setelah itu, angket baru dapat digunakan (Ferdinand dalam Darwin et al., 2021). Jika data yang dicari dapat mengungkapkan variabel yang diteliti, instrumen tersebut dapat dianggap valid. Pengujian validitas menggunakan persamaan rumus, korelasi pearson product moment, seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Gambar 3. 1 Rumus Pearson

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y))}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi produk

n = Total Populasi

$\sum x$ = Total skor butir x

$\sum y$ = Total skor butir y

$\sum x^2$ = Total skor butir kuadrat x

$\sum y^2$ = Total skor butir kuadrat y

$\sum xy$ = Total perkalian butir x an skor butir y

Sumber : (Rosalina et al., 2023 hlm. 84)

- Kriteria Uji: a. satu pertanyaan yang diteliti akan dinyatakan valid jika r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel
- b. satu pertanyaan yang diteliti dinyatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil sama dengan (\leq) dari r tabel
- tabel.

Nilai r x y menunjukkan korelasi antar dua variabel yang dikorelasikan uji validitas dan di tentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika r x y lebih besar ($>$) dari r tabel , maka item pernyataan akan dinyatakan valid,

Jika r x y lebih kecil ($<$) dari r tabel , maka item pernyataan akan dinyatakan tidak valid.

Selanjutnya dihitung dengan uji-t.

$$t_{hitung} = \frac{n\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisiensi korelasi

n = jumlah sampel

ZHAFIRA ZHARFANISA HASANAH, 2024

DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DIKALANGAN GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA KULINER DI KAWASAN BANDUNG RAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Distribusi pada tabel t untuk $\alpha = 0,5$ dengan $dk=n-2$ sebagai kaidah keputusan : jika thitung $> t$ tabel maka, akan dinyatakan valid, dan jika thitung $< t$ tabel , maka dinyatakan tidak valid. Jika instrument itu valid, bias dilihat penafsiran mengenai interpretasi koefisien korelasi nilai (r) diantaranya sebagai berikut :

- A. Nilai antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi
- B. Nilai antara 0,600 sampai dengan 0,799 : tinggi
- C. Nilai antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi
- D. Nilai antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah
- E. Nilai antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian dilakukan untuk instrumen pertanyaan kuantitatif dengan melibatkan 30 subjek dan 27 item pertanyaan.

Perhitungan uji validitas pada setiap instrumen penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi *SPSS 26* untuk *Windows*. Uji validitas dilakukan dengan menganalisis setiap item, di mana skor pada setiap item instrumen dikorelasikan dengan skor total. Hasil perhitungan untuk masing-masing instrumen akan ditampilkan di bawah ini.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan meneliti pada 30 responden. Nilai r_{tabel} untuk $n = 30$, dengan derajat kebebasan $df = 30-2 = 28$ dan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, maka dihasilkan angka 0,361 yang akan digunakan sebagai nilai pada r_{Tabel} .

3.8.1.1 Uji Validitas Kuisioner Variabel Kesesuaian dengan Produk

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel Kesesuaian dengan Produk, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kesesuaian dengan Produk

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Kesesuaian dengan Produk			
1	0,722	0,361	VALID
2	0,832	0,361	VALID
3	0,816	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kesesuaian dengan produk memiliki status valid, karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,361. Artinya semua pertanyaan yang terkandung dan variabel kesesuaian dengan produk adalah valid.

3.8.1.2 Uji Validitas Kuisiner Daya Tarik Visual

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada daya tarik visual, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Visual

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Daya Tarik Visual			
1	0,830	0,361	VALID
2	0,850	0,361	VALID
3	0,811	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.5, seluruh pertanyaan untuk variabel daya tarik visual dinyatakan valid karena nilai r hitung) lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Maka, semua pertanyaan dalam variabel daya tarik visual dinyatakan memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.3 Uji Validitas Kuisioner Kenyamanan dan Fungsionalitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel kenyamanan dan fungsionalitas, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Tabel Uji Validitas Variabel Kenyamanan dan Fungsionalitas

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Kenyamanan dan Fungsionalitas			
1	0,685	0.361	VALID
2	0,690	0,361	VALID
3	0,884	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.6, seluruh pertanyaan untuk variabel kenyamanan dan fungsionalitas dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kenyamanan dan fungsionalitas memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.4 Uji Validitas Kuisioner Keamanan dan Kebersihan

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel keamanan dan kebersihan, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Tabel Uji Validitas Variabel Keamanan dan Kebersihan

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Keamanan dan Kebersihan			
1	0,802	0.361	VALID
2	0,902	0,361	VALID
3	0,853	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.7, seluruh pertanyaan untuk variabel keamanan dan kebersihan dinyatakan valid karena nilai rhitung lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel keamanan dan kebersihan memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.5 Uji Validitas Kuisiner Inovasi Teknologi

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel keamanan dan kebersihan, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Tabel Uji Validitas Variabel Inovasi Teknologi

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Inovasi Teknologi			
1	0,799	0.361	VALID
2	0,734	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.8, seluruh pertanyaan untuk variabel kenyamanan dan fungsionalitas dinyatakan valid karena nilai rhitung lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kenyamanan dan fungsionalitas memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.6 Uji Validitas Kuisioner Kesadaran Merk dan Kualitas Produk

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel kesadaran merk dan kualitas produk, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 9 Tabel Uji Validitas Kesadaran Merk dan Kualitas Produk

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Variabel Kesadaran Merk dan Kualitas Produk			
1	0,586	0.361	VALID
2	0,374	0,361	VALID
3	0,729	0,361	VALID
4	0,746	0.361	VALID
6	0,552	0,361	VALID
7	0,523	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.9, seluruh pertanyaan untuk variabel kenyamanan dan fungsionalitas dinyatakan valid karena nilai r hitung (Corrected Item Total Correlation) lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kenyamanan dan fungsionalitas memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.7 Uji Validitas Kuisiner Keterlibatan Aktif dalam Proses Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel kesadaran merk dan kualitas produk, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 10 Tabel Uji Keterlibatan Aktif dalam Proses Pembelian

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Inovasi Teknologi			
1	0,727	0.361	VALID
2	0,845	0,361	VALID
3	0,885	0,361	VALID
4	0,428	0.361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.10, seluruh pertanyaan untuk variabel kenyamanan dan fungsionalitas dinyatakan valid karena nilai r hitung (Corrected Item Total Correlation) lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kenyamanan dan fungsionalitas memenuhi kriteria validitas.

3.8.1.8 Uji Validitas Kuisiner Tren Pembelian Berkelanjutan

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pada variabel kesadaran merk dan kualitas produk, dengan item berjumlah tiga item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 11 Tabel Uji Tren Pembelian Berkelanjutan

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Variabel Inovasi Teknologi			
1	0,740	0.361	VALID
2	0,785	0,361	VALID
3	0,872	0,361	VALID

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.11, seluruh pertanyaan untuk variabel kenyamanan dan fungsionalitas dinyatakan valid karena nilai r hitung (Corrected Item Total Correlation) lebih besar dari rTabel sebesar 0,361. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam variabel kenyamanan dan fungsionalitas memenuhi kriteria validitas.

3.8.2 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah metode untuk mengukur kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau handal jika respons seseorang terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes mencerminkan derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi (Sanaky, 2021)

Sebuah instrumen dapat dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,361. Setelah nilai reliabilitas (r hitung) diperoleh, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata, mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- Bila r hitung lebih besar sama dengan (\geq) r tabel maka instrument tersebut dikatakan reliabel.
- Bila r hitung lebih kecil sama dengan (\leq) r tabel maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.8.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Penelitian ini menghitung reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 26, dan hasil uji reliabilitas yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	27

Sumber : Diolah oleh penulis, SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 3.12, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien angket X adalah 0,913, yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,361$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa angket tersebut reliabel, sehingga instrumen tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

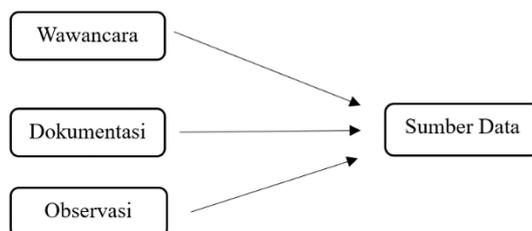
3.8.2 Triangulasi Data

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang ada. Dengan melakukan triangulasi data, peneliti dapat mengumpulkan data untuk menguji kredibilitas informasi, yaitu dengan memverifikasi kombinasi dari berbagai teknik dan sumber data. Salah satu jenis triangulasi adalah triangulasi sumber, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber menggunakan teknik yang sama. Tujuan dari triangulasi sumber bukanlah untuk menemukan kebenaran absolut tentang suatu fenomena, melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap temuan yang ada. (Sugiyono, 2020)

Berdasarkan pernyataan triangulasi diatas, maka pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan datanya dengan cara mengecek dan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti observasi untuk dijadikan data sekunder, wawancara kepada beberapa komponen

pemangku kebijakan seperti pelaku usaha, pemerintah, Ahli, Pemerhati, Pemasok, LSM/NGOs, dan teknologi informasi, serta dokumentasi sehingga data yang didapat relevan. Triangulasi ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. 2 Gambaran Triangulasi Data



Sumber : Data diolah Oleh Penulis, 2024

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian *mixed methods*, yang merupakan kombinasi dari metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan yang diterapkan adalah metode campuran berurutan eksplanatoris (*explanatory sequential mixed methods*), di mana analisis kuantitatif dilakukan terlebih dahulu, diikuti dengan analisis kualitatif untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang temuan dari data kuantitatif.

Tahap pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan data kuantitatif melalui penyebaran angket kuisisioner kemudian angket tersebut dianalisis untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua tentang pengukuran dan perilaku generasi z terhadap minuman bandrek kemasan di kawasan bandung raya. Ditahap berikutnya peneliti melakukan pengumpulan data kualitatif dan menganalisisnya untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah ketiga tentang daya tarik minuman bandrek kemasan serta peran variabel wisata kuliner terhadap minuman bandrek kemasan di kawasan bandung raya menurut 9 pemangku kebijakan (*nona helix*).

3.9.1 Teknik Analisis Data Kuantitatif

Dalam teknik analisis penelitian kuantitatif ini, akan digunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau merangkum karakteristik data tanpa membuat kesimpulan yang dapat diterima secara umum.

Parameter pencarian data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan, persepsi, atau sikap individu. Skala Likert terdiri dari pertanyaan dalam kuesioner dengan lima pilihan jawaban yang digunakan untuk menilai tingkah laku atau sikap sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Skor total akan dihitung berdasarkan lima tingkat pilihan jawaban: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor total akan diperoleh dengan menggabungkan nilai dari setiap responden. Berikut ini adalah penjelasan tentang bagaimana skor angket diberikan :

Tabel 3. 13 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber :Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sugiyono, 2020)

Selanjutnya, skoring pada skala Likert akan disusun dan digambarkan dalam tabel distribusi frekuensi untuk menganalisis data dalam bentuk garis kontinum dan interval. Selama analisis setiap indikator atau pertanyaan, nilai

frekuensi dari setiap pilihan jawaban akan dihitung dengan mengalikan nilai skala dan kemudian menjumlahkan hasilnya. Setelah setiap indikator menghasilkan total nilai, garis kontinum akan dibuat dengan jarak interval yang telah ditentukan sebelumnya menggunakan rumus berikut.

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Skor}}$$

Dimana :

Total Jumlah Kriteria penataan = 5

Nilai Tertinggi = Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x 100

Nilai Terendah = Skor terendah x jumlah pertanyaan x 100

Jarak interval digunakan untuk menetapkan nilai dari kategori skala Likert seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat setuju untuk suatu variabel. Jarak ini membantu dalam mengukur dan menginterpretasikan tingkat respon dari setiap kategori pada skala secara lebih sistematis dan terukur.

Berikut ini merupakan jarak interval dari garis kontinum.

Gambar 3. 3 Garis Kontinum

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
---------------------------	-----------------	------------------	--------	------------------

Garis kontinum di atas bertujuan untuk mengukur persentase pendapat masyarakat terhadap daya tarik minuman bandrek kemasan di kalangan Generasi Z. Setelah data diukur menggunakan garis kontinum, peneliti dapat langsung menarik kesimpulan untuk setiap variabel yang dihitung.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui angket berupa kuisisioner yang disebarakan kepada masyarakat generasi Z sebagai konsumen minuman bandrek kemasan. Angket penelitian yang digunakan adalah kuisisioner yang telah peneliti olah sebelum disebarakan kepada responden. Total item pertanyaan yang disebarakan berjumlah 27 item pertanyaan yang terdiri dari 4 indikator yang berasal dari variabel kemasan dengan masing-masing indikator memiliki 2-3 item pertanyaan, dan 3 indikator yang berasal dari variabel generasi z dengan masing-masing indikator memiliki 3-6 item pertanyaan.

Penelitian ini dimulai sejak tanggal 8 Mei 2024 – 10 Juni 2024. Teknik penyebaran angket ini dilakukan dengan cara daring melalui aplikasi *Google Form* yang peneliti bagikan kepada seluruh Gen Z di Kawasan Bandung Raya. Kuisisioner ini disebarakan dengan tujuan untuk melihat dan mengetahui sejauh mana tingkat daya tarik minuman bandrek kemasan pada responden generasi z di Kawasan Bandung Raya dan pilihan merk bandrek kemasan produksi pabrik di Kawasan Bandung raya.

Penyebaran kuisisioner sebanyak 113 responden di lokasi penelitian dengan metode penarikan responden accidental sampling yaitu responden boleh siapa saja dan boleh berpartisipasi dengan ketetapan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria yang dimaksud adalah masyarakat kelahiran tahun 1997-2012 atau yang disebut sebagai masyarakat Generasi Z yang pernah membeli atau mengkonsumsi minuman bandrek kemasan hasil produksi dari produsen di Kawasan Bandung Raya.

3.9.2 Teknik Analisis Data Kualitatif

Teknik analisis data kualitatif adalah proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, penjabaran dalam unit-unit, sintesis informasi, penyusunan dalam pola, pemilihan elemen yang penting untuk dipelajari, dan akhirnya membuat

kesimpulan sehingga data tersebut mudah dipahami baik oleh peneliti sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2020)

Analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki tiga tahapan yang diperlukan, diantaranya adalah :

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Pada tahapannya reduksi data peneliti akan melakukan analisis terhadap data hasil dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak dan tidak terinci melalui reduksi data. Mereduksi data sama halnya dengan mengkategorisasikan serta memilah data yang pokok dan sesuai dengan fokus yang sedang diteliti. Maka dari itu, dengan dilakukannya reduksi data, maka akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Pada tahapan penyajian data, peneliti akan menyajikan data yang telah diorganisasi dalam bentuk teks naratif, serta grafik, tabel, gambar, dan sebagainya. Tujuan dari penyajian ini adalah untuk memudahkan pemahaman mengenai apa yang terjadi di lapangan dan untuk merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Pada tahap ketiga, penelitian dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sejak awal. Namun, karena penelitian kualitatif ini bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilapangan, mungkin rumusan masalah tidak akan terjawab pada tahap ini.

.Berdasarkan teori diatas, maka pada penelitian ini menganalisis beberapa unsur pada teori yang digunakan dalam instrumen penelitian, yaitu analisis teori daya tarik, analisis teori minuman tradisional, dan analisis teori wisata kuliner pada minuman bandrek kemasan di Kawasan Bandung Raya. Cara yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut dilakukan dengan cara observasi, dan wawancara. Kemudian untuk menganalisis data pendukung lainnya dilakukan dengan cara studi dokumentasi dan studi literature.