BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian

Menurut Creswell (2018, hal. 337–338), penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sehingga pada penelitian eksperimen ini digunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian eksperimen sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh suatu perlakuan tertentu terhadap perlakuan lain, dan memiliki ciri khas karena adanya kelompok acuan. Dalam penelitian ini, kemasan gemblong yang estetik digunakan sebagai subjek eksperimen dan daya terima konsumen sebagai kelompok kontrol.

Peneliti memutuskan untuk menerapkan metode penelitian dengan membuat kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan meminta responden mengisi kuesioner. Data berupa respon survei kemudian dianalisis melalui kesimpulan data average yang selanjutnya di analisis untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan

3.1.2 Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan konsep, indikator, dimensi, dan ukuran yang diperlukan untuk menjelaskan variabel penelitian dan dimaksudkan untuk memperoleh nilai dari variabel lain. Berikut ini adalah tabel operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Operesional Variabel

No.	Jenis Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris (Indikator)	Konsep Analisis	Skala	Item
1.	Daya Tarik Visual	Daya tarik visual merujuk pada tampilan kemasan yang memiliki berbagai elemen grafis yang digabungkan untuk menciptakan kesan yang mampu memaksimalkan daya tarik visual. I Wayan Mudra (2010, p. 4)	<ul style="list-style-type: none"> a. Logo b. Bentuk c. Huruf d. Warna e. Ilustrasi f. Tata letak (Layout) Ni Luh Desi (2013, hal. 46)	Yang akan diteliti yaitu: <ul style="list-style-type: none"> a. Logo b. Bentuk c. Huruf d. Warna e. Ilustrasi f. Tata letak (Layout) 	Semantic Differential	1-4 5-8 9-10 11-14 15-18 19-21
2.	Daya Tarik Fungsional	Daya tarik fungsional merupakan suatu efektivitas dan efisiensi kemasan yang akan diberikan kepada konsumen maupun distributor. I Wayan Mudra (2010, p. 4)	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Containment</i> (Penahan) b. <i>Protection</i> (Perlindungan) c. <i>Convenience</i> (Kemudahan) d. <i>Communication</i> (Komunikasi) Gordon L Robertson (2013, pp. 2–4)	Yang akan diteliti yaitu: <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Containment</i> (Penahan) b. <i>Protection</i> (Perlindungan) c. <i>Convenience</i> (Kemudahan) d. <i>Communication</i> (Komunikasi) 	Semantic Differential	1-3 4-8 9-11 12-13
3.	Daya Terima Konsumen	Daya terima konsumen adalah suatu rangkaian pengujian penerimaan produk dengan menggunakan tingkat penilaian dari	<ul style="list-style-type: none"> a. Logo b. Bentuk c. Huruf d. Warna e. Ilustrasi 	Yang akan diteliti yaitu: <ul style="list-style-type: none"> a. Daya tarik fungsional dengan membandingkan kemsan gemblong 	Semantic Differential	1-4 5-8 9-10 11-14 15-18

		<p>“sangat suka” hingga “sangat tidak suka” untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk (kemasan) yang diuji. (Choi, p. 83)</p>	<p>f. Tata letak (Layout)</p> <p>Ni Luh Desi (2013, p. 46)</p> <p>a. <i>Containment</i> (Penahan)</p> <p>b. <i>Protection</i> (Perlindungan)</p> <p>c. <i>Convenience</i> (Kemudahan)</p> <p>d. <i>Communication</i> (Komunikasi)</p> <p>Gordon L Robertson (2013, pp. 2–4)</p>	<p>konvensional dan modern</p> <p>b. Daya tarik visual dengan membandingkan kemasan gemblong konvensional dan modern.</p>	<p>19-21</p> <p>1-3</p> <p>4-8</p> <p>9-11</p> <p>12-13</p>
--	--	---	---	---	---

Sumber: Data diolah Penulis 2024

3.2 Populasi dan Sampel

Pada bagian ini dijelaskan mengenai penggunaan populasi dan sampel populasi dalam penelitian ini, adapun penjelasannya yaitu:

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan suatu lingkup wilayah yang digeneralisasikan terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek yang mempunyai sifat atau ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya terlebih dahulu dan selanjutnya menarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini meliputi usaha kudapan tradisional gemblong di Kota Bandung yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka besar populasinya dinyatakan tak terhingga.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili jumlah dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2019). Sampel juga dapat diartikan sebagai kumpulan subjek yang diambil dari populasi dan terdiri atas beberapa responden. Oleh karena itu, pemilihan sampel harus didasarkan pada perkiraan populasi. Jika populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk menguji secara keseluruhan, maka diambil sampel sebagai representasi. Dalam penelitian ini, jumlah sampel panelis konsumen ditentukan menggunakan rumus Lameshow, karena populasi tidak diketahui atau dianggap tidak terbatas. Rumus Lameshow yang digunakan, sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1 - a/2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$Z^{21-\alpha/2}$: Derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) sehingga diperoleh ($Z = 1,96$)

p : Perkiraan proporsi 50% (0,5)

d : *Sampling error* 10% (0,1)

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{z^2 1 - a/2 p(1-p)}{d^2} \quad n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = n = 96,04 (100)$$

Agar penelitian ini lebih baik, maka akan diambil sampel 100 orang dengan alasan jika salah satu survey tidak memuat data yang valid, maka dapat menggunakan data kuesioner yang lebih serta untuk mempermudah peneliti dalam mengolah data. Sedangkan panelis ahli ditentukan ada 30 orang yang akan secara langsung menilai dan menguji aspek fungsional dan visual kemasan gemblong. Kriteria dalam sampel ini merupakan kelompok panelis ahli yang sudah professional dalam dunia kuliner, selain itu juga kelompok konsumen.

Peneliti memutuskan untuk menggunakan *nonprobability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu.. Artinya pemilihan sampel dilakukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan khusus yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti.

Tabel 3. 2 Panelis Ahli dan Panelis Konsumen

PANELIS	JUMLAH
Panelis Ahli	
Penjual Gemblong	3
Pastry Chef	2
Dosen/Akademisi	3
Instansi Pemerintah/Asosiasi Profesi	2
Mahasiswa Bidang Kuliner	20
Keseluruhan Panelis Ahli	30
Panelis Konsumen	
Masyarakat	100
Keseluruhan Panelis Konsumen	100
Jumlah Populasi	130

Sumber: Data diolah penulis 2024

3.3 Instrumen Penelitian

3.3.1 Teknik Eksperimen (Proses Desain)

Pada penelitian ini teknik eksperimen adalah proses mendesain kemasan gemblong, dengan tujuan untuk mengetahui proses perancangan konsep kemasan gemblong.

3.3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber terbagi menjadi dua berdasarkan sumber, yaitu sumber data dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti terkait variabel yang relevan dengan tujuan penelitian. Sebaliknya, data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber yang ada sebelumnya, seperti jurnal, buku serta data yang telah diolah oleh instansi resmi.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019) Metode pengumpulan data merupakan metode pengumpulan yang digunakan untuk tujuan memperoleh data. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode ini dipilih karena memiliki beberapa keunggulan karena lebih tepat sasaran, efisien dalam hal waktu dan menghemat biaya serta memudahkan melaksanakan survey.

Dalam mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner, peneliti menyusun daftar pernyataan yang sesuai dengan tabel operasional variabel. Kuesioner kemudian dibuat menggunakan platform *Google Forms* dan disebarakan melalui berbagai media sosial atau secara langsung di lapangan kepada panelis ahli serta panelis konsumen.

3.4.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Semantic Differential, yaitu dengan menggunakan lima penilaian. Sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala *Semantic Differential*

KETERANGAN	BOBOT NILAI
Sangat Sesuai	5
Sesuai	4
Cukup Sesuai	3
Tidak Sesuai	2
Sangat Tidak Sesuai	1

Tanggapan setiap item produk dengan menggunakan skala diferensial semantik berkisar dari sangat negatif hingga sangat positif dan dapat berbentuk angka seperti: sangat positif (+) 5 4 3 2 1 (-) sangat negatif. Skala *Semantic Differential* digunakan karena relatif mudah diukur dan dipahami responden.

3.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data yang didapatkan dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada partisipan responden, data yang didapatkan akan diolah menggunakan rumus teori fungsi kemasan kemudian peneliti simpulkan secara deskriptif, berikut teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini :

3.5.1 Uji Fungsional dan Preferensi

Hasil yang diperoleh peneliti dalam uji fungsi, selanjutnya dianalisis oleh peneliti dengan penilaian deskriptif dalam hal *contaiment, protection, convenience dan communication*. Adapun dilakukan uji visual dengan menilai logo, bentuk, huruf, warna, tataletak (layout) dan ilustrasi yang dianggap paling tepat oleh panelis ahli.

Sedangkan uji preferensi dilakukan dengan menunjukkan beberapa konsep kemasan gemblong yang berbeda, untuk mendapatkan yang terbaik dan selanjutnya akan menjadi konsep kemasan yang siap uji daya terima konsumen.

Tabel 3.4
Format Uji Fungsional Kepada Panelis Ahli

Item Pertanyaan	Konsep Kemasan Gemblong 1					Konsep Kemasan Gemblong 2					Konsep Kemasan Gemblong 3				
	Skor					Skor					Skor				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<i>Containment</i>															
1. ...															
<i>Protection</i>															
1. ...															
<i>Convenience</i>															
1. ...															
<i>Communication</i>															
1. ...															

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Tabel 3.5
Format Uji Visual Kepada Panelis Ahli

Item Pertanyaan	Konsep Kemasan Gemblong 1					Konsep Kemasan Gemblong 2					Konsep Kemasan Gemblong 3					
	Skor					Skor					Skor					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Logo																
1	...															

Bentuk															
1	...														
Huruf															
1	...														
Warna															
1	...														
Tata Letak (Layout)															
1	...														
Ilustrasi															
1	...														

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Sesuai
- 2 : Tidak Sesuai
- 3 : Cukup Sesuai
- 4 : Sesuai
- 5 : Sangat Sesuai

Tabel 3.6
Format Uji Preferensi Kepada Panelis Ahli

Aspek Penilaian	Jenis Konsep		
	Konsep Kemasan Gemblong 1	Konsep Kemasan Gemblong 2	Konsep Kemasan Gemblong 3
Suka			
Cukup Suka			
Tidak Suka			

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup, maka dilakukan analisis dengan menggunakan rumus kelas interval yang dikemukakan oleh Lind, Marchal & Wathen (2014:27) sebagai berikut :

Nilai Smaks = n x k x nilai maksimum

Nilai Smin = n x k x nilai minimum

$$\text{Panjang Kelas Interval (C)} = \frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{k}$$

Keterangan :

N : Jumlah Responden

K : Banyak Kelas

C : Kelas Interval

3.5.2 Uji Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen merupakan derajat penerimaan konsumen terhadap suatu penawaran produk (Nur dkk, 2019, hal.20). Metode ini biasa digunakan dalam riset konsumen dan evaluasi sensorik untuk menilai preferensi konsumen dan penerimaan terhadap suatu produk tertentu.

Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup, maka dilakukan analisis dengan menggunakan rumus kelas interval yang dikemukakan oleh Lind, Marchal & Wathen (2014:27) sebagai berikut :

Tabel 3.7

Format Uji Fungsional Kepada Konsumen

Item Pertanyaan	Kemasan Gemblong Konvensional					Konsep Kemasan Gemblong Modern				
	Skor					Skor				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<i>Contaiment</i>										
2. ...										
<i>Protection</i>										

2.	...										
Convenience											
2.	...										
Communication											
2.	...										

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Tabel 3.8
Format Uji Visual Kepada Konsumen

Item Pertanyaan	Konsep Kemasan Gemblong Modern					Kemasan Gemblong Konvensional				
	Skor					Skor				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Logo										
1										
Bentuk										
1										
Huruf										
1										
Warna										
1										
Tata Letak (Layout)										
1										
Ilustrasi										
1										

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Tabel 3.9
Format Uji Preferensi Kepada Panelis Konsumen

Aspek Penilaian	Jenis Konsep	
	Kemasan Gemblong Konvensional	Konsep Kemasan Gemblong Modern
Suka		
Cukup Suka		

Tidak Suka		
------------	--	--

Sumber: Data diolah Penulis 2024

Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup, maka dilakukan analisis dengan menggunakan rumus kelas interval yang dikemukakan oleh Lind, Marchal & Wathen (2014:27) sebagai berikut :

$$\text{Nilai Smaks} = n \times k \times \text{nilai maksimum}$$

$$\text{Nilai Smin} = n \times k \times \text{nilai minimum}$$

$$\text{Panjang Kelas Interval (C)} = \frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{k}$$

Keterangan :

N : Jumlah Responden

K : Banyak Kelas

C : Kelas Interval

3.5.3 Uji One Way ANOVA

Analisis Varians (ANOVA), adalah metode untuk membandingkan dua atau lebih rata-rata. ANOVA merupakan salah satu pendekatan statistik parametrik yang sering digunakan. Ketika bekerja dengan data berskala interval atau rasio, analisis varians menjadi alat yang umum digunakan untuk menguji hipotesis perbandingan atau membandingkan rata-rata dari K-sampel (Dewi dkk., 2023) Data penelitian rancangan desain kemasan kudapan tradisional gemblong ini akan dianalisis statistik menggunakan ANOVA (*analysis of variance*) *One Way* atau satu jalur pada taraf signifikansi 5%.

3.5.4 Menetapkan Harga Jual

Penetapan harga jual rancangan kemasan gemblong yang telah ditentukan dari hasil penilaian oleh panelis ahli dengan menghitung biaya operasional untuk membuat kemasan gemblong, kemudian dilakukan perhitungan dengan metode *Mark-Up* atau *Cost-Plus* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya produk} + \text{Markup} \\ &= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{Biaya produk}) \end{aligned}$$