

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif dan deskriptif digabungkan dalam desain penelitian kuantitatif. Gambaran menyeluruh mengenai pendapat responden mengenai nilai pengalaman, niat berperilaku, dan lingkungan makanan lokal diperoleh melalui penggunaan teknik deskriptif. Sebaliknya, penelitian asosiatif bertujuan untuk mengidentifikasi peran, dampak, dan hubungan sebab akibat antara faktor independen dan dependen serta interaksi antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014). Gambaran tentang hubungan antara *experiential value* terhadap *behavioral intention* pada *Pop-up Restaurant Joongla* dieksplorasi melalui penelitian asosiatif, yang melibatkan pengumpulan data lapangan untuk menguji hipotesis. Untuk mencapai tujuan penelitian, strategi ini menggunakan kuesioner dengan parameter dan kriteria yang telah ditentukan yang dikirim menggunakan platform *Google Form*.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada variabel-variabel yang menjadi fokus pengamatan dan analisis dalam penelitian. Dalam konteks ini, objek penelitian terdiri dari variabel X dan Y. Variabel X merupakan variabel independen yang meliputi *experiential value*, variabel Y adalah variabel dependen yang merupakan *behavioral intention*.

Subjek pada penelitian ini yaitu konsumen *pop-up restaurant Joongla* yang sudah pernah berkunjung ke *restaurant* tersebut. Isu masalah yang dibahas dalam penelitian ini berkaitan dengan sikap secara menyeluruh terhadap fenomena yang terkait dengan keberadaan *pop-up restaurants*, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* pada *pop-up restaurant Joongla Kota Bandung*.

3.2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.2.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan objek yang memiliki karakteristik umum tertentu yang akan diselidiki oleh peneliti. Dengan kata lain, populasi dapat berupa sekelompok individu, peristiwa, atau entitas lain yang menarik perhatian untuk menjadi objek studi. Populasi ini merupakan kumpulan elemen yang menjadi dasar bagi penarikan kesimpulan dalam penelitian. Dengan demikian, populasi mencakup semua data yang relevan dari objek hingga subjek yang menjadi fokus dalam penelitian. Pelanggan restoran pop-up adalah demografi yang diteliti dalam konteks ini, dan mereka dipilih berdasarkan pengikut akun Instagram Joongla.

3.2.2.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi keseluruhan yang digunakan dalam penelitian. Secara esensial, sampel merupakan representasi yang lebih kecil dari populasi tersebut. Penting untuk dicatat bahwa sampel harus dipilih secara objektif dan tanpa adanya manipulasi dalam proses pemilihannya. Proses pengambilan sampel sering dikenal sebagai "*sampling*". Terkadang, karena keterbatasan, para peneliti tidak mampu mengumpulkan data dari seluruh populasi yang ada. Oleh karena itu, mereka membuat subset dari populasi tersebut untuk mendapatkan data, yang biasa disebut sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan populasi sebanyak 25.500 yang didapat dari *followers* instagram Joongla. Berikut rumus yang digunakan.

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

$$n = \frac{25500}{1 + 25500 (0,1)^2}$$

$$n = 99,60 \sim \text{dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Seratus konsumen dari *pop-up dining* menjadi sampel dalam penelitian ini, berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan pendekatan yang telah disebutkan sebelumnya. Responden dipilih dengan membagikan kuesioner secara online

kepada pengikut akun Instagram restoran *pop-up dining*, dengan mencantumkan kriteria yang dibutuhkan untuk responden.

3.2.2.3 Teknik Penarikan Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015), proses yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk memilih sampel dari populasi tertentu disebut sebagai metodologi pengambilan sampel. Strategi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel acak langsung dengan penerapan kriteria tertentu. Pendekatan ini termasuk dalam kategori metode *probability sampling* di mana setiap individu yang memiliki pengalaman berkunjung ke *pop-up restaurant* Joongla memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden. Maka dari itu, karakteristik sampel yang diinginkan dalam penelitian ini adalah pengikut akun instagram Joongla yang telah mengunjungi *pop-up restaurant* Joongla dan berusia minimal 18 tahun.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel berperan sebagai panduan untuk menentukan cara pengukuran variabel penelitian. Keberadaan operasional variabel memungkinkan penilaian terhadap kualitas pengukuran, membantu menentukan sejauh mana kesuksesan proses pengukuran, dan memberikan informasi apakah pengukuran tersebut memadai. Untuk memastikan akurasi pengukuran variabel penelitian, peneliti perlu menciptakan indikator-indikator yang *valid* dan dapat diandalkan terkait variabel yang sedang diteliti. Menurut Surahman et al. (2016), tabel yang berisi nama variabel, deskripsi, instrumen pengukuran, dan jenis skala yang digunakan dalam penelitian adalah bagaimana variabel operasional disusun. Biasanya, skala Likert dipilih sebagai alat ukur. Tabel operasional ini dirancang untuk membantu peneliti dalam merumuskan instrumen pertanyaan terkait indikator yang akan diukur.

Tabel 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Variable	Konsep teoritis	Konsep empiris (indikator)	Konsep analisis	Skala
Experiential value (X) (Jin et al., 2013)	Pelanggan mendapatkan nilai dari pengalaman, yang dikenal sebagai <i>Experiential value</i> . Gagasan tentang nilai yang ditawarkan berfungsi sebagai landasan teoretis untuk konsep <i>Experiential value</i> (Varshneya et al., 2017).	<i>Aesthetic</i>	Dari segi kenikmatan total dan daya tarik visual, kesesuaian dan kesatuan benda-benda fisik disebut memiliki nilai estetika.	Likert
		<i>Escapism</i>	Mengacu pada elemen yang dibuat sendiri oleh pelanggan dan menyenangkan	Likert
		<i>Service Excellent</i>	Ketika sebuah layanan sesuai dengan harapan konsumen, maka layanan tersebut dikatakan berkualitas tinggi.	Likert
		<i>Food & Beverage Excellent</i>	Sejauh mana makanan dan minuman yang dikonsumsi memenuhi ekspektasi pelanggan	Likert
		<i>Consumer Return on Investment</i>	Proporsi nilai yang diperoleh konsumen dari sebuah transaksi dalam kaitannya dengan investasi dana, waktu, dan usaha mereka	Likert
Behavioral intention (Y)	<i>Behavioral intention</i> merujuk pada kondisi di mana konsumen memiliki niat atau	<i>Visit intention</i>	kunjungan atau niat mengunjungi kembali digunakan sebagai proksi untuk perilaku aktual	Likert

(Bohon et al., 2016)	sikap loyal terhadap suatu produk atau layanan, serta dengan sukarela membagikan informasi mengenai keunggulan produk atau layanan tersebut kepada orang lain atau pihak lain. (Kotler & Armstrong, 2018)	<i>Intention to spread word-of-mouth</i>	Komunikasi antarpribadi konsumen, WOM adalah bentuk komunikasi paling kuat dalam suatu industri	Likert
		<i>Willingness to pay, dan willingness to pay a premium</i>	Evaluasi seseorang tentang seberapa besar mereka siap membayar untuk mendapatkan layanan yang unggul atau untuk mencegah kehilangan produk atau layanan tercermin dalam kesiapan mereka untuk membayar lebih.	Likert

Sumber : Diolah peneliti, 2024

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Setiap informasi yang berkaitan dengan variabel yang sedang dipelajari termasuk dalam jenis data. Semua informasi yang menjelaskan data yang akan diambil disebut sebagai sumber data. Data dapat dikategorikan ke dalam kategori primer dan sekunder berdasarkan dari mana data tersebut berasal. Sumber data adalah organisasi atau orang yang memberikan informasi kepada akademisi untuk penelitian mereka. Penulis menggunakan dua jenis sumber data dalam konteks ini: data primer dan sekunder.

Data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang mereka ajukan. Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan langsung dari sumber utama atau lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner kepada responden. Sebaliknya, informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung atau dari sumber lain disebut sebagai data sekunder. Berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, artikel, tesis, dan tinjauan literatur lainnya, menyediakan data sekunder untuk penelitian ini.

Tabel 3.2.1 Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Tanggapan responden terhadap <i>experiential value</i> pada <i>pop-up restaurant</i> Joongla di Kota Bandung	Primer	Hasil data penyebaran kuesioner
2.	Tanggapan responden terhadap <i>behavioral intention</i> pada <i>pop-up restaurant</i> Joongla di Kota Bandung	Primer	Hasil data penyebaran kuesioner
3.	Data kunjungan <i>Pop-up Restaurant</i> Joongla	Primer	Wawancara
4.	Jumlah data restoran <i>pop-up</i>	Sekunder	Media sosial instagram
5.	Pra-penelitian kepada konsumen Joongla	Primer	Penyebaran kuesioner

3.2.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dibuat dalam bentuk kuesioner. Skala Likert digunakan oleh para peneliti untuk menyusun serangkaian pertanyaan dengan pilihan jawaban, yang memungkinkan responden untuk menilai jawaban mereka pada rentang 1 sampai 5. Alat penelitian ini dibangun berdasarkan variabel-variabel yang telah ditetapkan, yang selanjutnya dijabarkan menjadi sejumlah indikator dan dimensi yang dikelompokkan menjadi butir-butir pertanyaan. Secara spesifik, alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2.2 Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Item
<i>Experiential Value</i> (X)	<i>Aesthetic</i>	1-3
	<i>Escapism</i>	4-5
	<i>Service excellent</i>	6-7
	<i>Food and beverage excellent</i>	8-11

	<i>Consumer return on investment</i>	12
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Visit intention</i>	13-14
	<i>Intention to spread word-of- mouth</i>	15-16
	<i>Willingness to pay, dan willingness to pay a premium</i>	17-18

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Studi Literatur

Menemukan banyak sumber yang berkaitan dengan masalah atau topik yang diteliti adalah cara mengumpulkan informasi untuk studi literatur. Buku, makalah, jurnal, berita, laporan penelitian, dan banyak lagi adalah contoh dari sumber-sumber ini. Setelah itu, informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber diperiksa dan dinilai untuk memberikan dasar bagi penyelidikan. Para peneliti akan mengutip atau merujuk pada karya-karya penting untuk memperkuat klaim mereka dalam penelitian dengan memasukkan kutipan atau ringkasan dari sumber-sumber ini. Bacaan dari berbagai buku, artikel jurnal, laporan penelitian, tesis, dan disertasi digunakan dalam penelitian ini.

2) Kuesioner

Tujuan pemanfaatan kuesioner adalah untuk mengumpulkan informasi dari peserta guna menyelidiki pandangan dan sikap mereka terhadap variabel yang diteliti. Kuesioner penelitian ini bersifat tertutup, yang berarti bahwa partisipan hanya dapat memilih jawaban dari serangkaian pilihan yang disediakan oleh para peneliti-yang sering kali disajikan dalam bentuk skala Likert. Pilihan jawaban ini disusun dalam tabel untuk mempermudah peserta dalam menjawab pertanyaan yang diajukan.

Tabel 3.2.3 Skala Instrumen

Skala	Sangat Tidak Setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Skor	1	2	3	4	5

Tabel 3.2.6.1 merupakan urutan skala yang digunakan pada kuesioner yang disebarkan untuk responden. Skala ini disusun dalam format skala Likert, yang berkisar dari 1 hingga 5. Angka yang lebih rendah menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan angka yang lebih tinggi menunjukkan kesepakatan yang kuat.

3) Penelusuran Data Online

Metode ini mampu memperoleh informasi yang diperlukan secara daring. Dengan perkembangan teknologi informasi, metode pengumpulan data ini telah berubah untuk memfasilitasi akses cepat ke berbagai sumber informasi online. Referensi seperti jurnal, artikel, e-book, dan data statistik dari Badan Pusat Statistik yang tersedia secara daring sangat mempermudah peneliti dalam mengakses data yang relevan untuk penelitian.

3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas, menurut Siyoto & Sodik (2015) dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian dapat menghasilkan data pengukuran yang akurat, konsisten, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, dalam membuat instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dipenuhi.

3.2.7.1 Uji Validitas

Arikunto (2010, hlm. 211) menjelaskan bahwa validitas ialah ukuran yang mengindikasikan sejauh mana suatu instrumen dapat dianggap valid atau sah. Pengujian validitas sering kali menggunakan teknik *product moment correlation* dari Karl Pearson, yang rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

R_{xy} merupakan koefisien korelasi tes yang disusun berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Y = Nilai masing-masing responden pada variabel Y (tes kriteria)

n = Banyak responden

Keputusan mengenai pengujian validitas responden didasarkan pada tingkat signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner dianggap valid jika r_{hitung} bernilai lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
3. Pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner dianggap tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Pengujian validitas pada penelitian ini, dilakukan menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 26 for Windows*, dan hasil uji validitas item pertanyaan yang diajukan peneliti diperoleh dari analisis tersebut.

3.2.7.2 Uji Reliabilitas

Istilah "reliabilitas" dalam penelitian mengacu pada tingkat kepercayaan alat ukur. Kata "mengandalkan" berasal dari kata kerja "percaya" (Siyoto & Sodik, 2015). Gagasan ini berkaitan dengan seberapa andal dan konsistennya alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Tingkat konsistensi di antara skor item dalam instrumen penelitian ditunjukkan oleh reliabilitas. Nilai *Cronbach's alpha* digunakan untuk menentukan hasil uji reliabilitas; nilai lebih dari 0,60 menunjukkan bahwa instrumen penelitian dianggap dapat diandalkan.

3.2.8 Teknik Analisis Data

3.2.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif, menurut Sugiyono (2013), digunakan untuk memberikan ringkasan dari data yang telah dikumpulkan dengan cara menyajikan temuan berdasarkan hasil yang diperoleh, tanpa membuat generalisasi yang luas. Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk meneliti seberapa besar pengaruh *experiencing value* terhadap *behavioral intention* berbasis *local food landscape* pada tamu di *Pop-up Restaurant Joongla* di Kota Bandung.

3.2.8.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel yang akan diteliti dan dievaluasi berdistribusi normal atau tidak (Nuryadi et al., 2017). Uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan untuk melakukan pengujian ini. Hasilnya dapat dianggap terdistribusi secara teratur jika nilai signifikan akhir lebih besar dari 0,05. Di sisi lain, data dianggap tidak terdistribusi secara normal jika nilai signifikan yang ditemukan kurang dari 0,05.

B. Uji Linearitas Data

Uji linearitas data adalah proses untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam suatu penelitian bersifat linear atau tidak. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- Jika nilai Sig. *deviation of linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear
- Jika nilai Sig. *deviation of linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear

C. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan pada sebuah model regresi berdasarkan nilai residual untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara dua pengamatan. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dianalisis dengan menggunakan scatterplot yang menunjukkan pola penyebaran titik-titik. Model regresi yang baik akan menunjukkan pola penyebaran yang tidak teratur pada scatterplot. Selanjutnya, pendekatan Glejser dapat digunakan untuk menyelidiki heteroskedastisitas. Model regresi dengan heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan Glejser. Meregresikan nilai absolut atau kuadrat residual terhadap variabel independen merupakan langkah dalam proses pengujian. Standar Seleksi:

- Jika nilai signifikansi koefisien variabel independen lebih kecil dari α (biasanya 0,05), maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari α , maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

D. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2017), analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi sederhana berlandaskan hubungan tersebut, dengan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

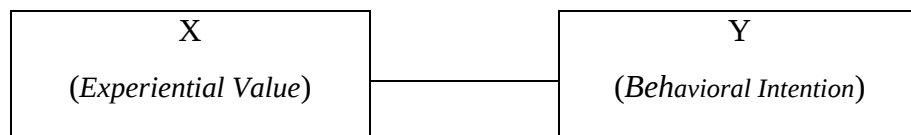
Y : Variabel dependen

X : Variabel independent

a : Harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

b : Koefisien regresi yang mencerminkan arah hubungan antara X dan Y

Adapun model analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini :



Gambar 3.2.8.1 Model Regresi Liner Sederhana

Keterangan :

X : *Experiential Value*

Y : *Behavioral Intention*

Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk membuat prediksi berdasarkan hubungan linear yang teridentifikasi.

3.2.8.3 Analisis Uji Hipotesis

A. Uji T

Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara terpisah. Uji t digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi 5% (0,05). Nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dibandingkan untuk mengambil keputusan.

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, hipotesis akan ditolak, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, hipotesis akan diterima, yang menandakan adanya pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, kadang-kadang disebut sebagai uji R Square, digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi dalam variabel dependen dapat dikaitkan dengan perubahan dalam variabel independen. Koefisien determinasi diwakili oleh angka antara 0 dan 1. Nilai yang rendah menunjukkan bahwa dampak variabel independen terhadap variabel dependen dibatasi. Sebaliknya, nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan kontribusi yang besar dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

C. Uji F (simultan)

Gunakan uji F, yang juga disebut sebagai uji simultan, untuk menentukan apakah faktor-faktor independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Ketika membuat keputusan dalam uji F, kriteria berikut digunakan:

- nilai signifikansi $< 0,05$, berarti variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
- nilai signifikansi $> 0,05$, berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.