

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai penciptaan *Food Image* dalam meningkatkan *Behavioral intentions* konsumen. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012, hlm 58). Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain (Martono, 2010 hlm 57). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independent* adalah *Food Image* (Variabel X) yang terdiri dari Yaitu *Food safety* (X1), *food quality* (X2), *attractiveness of food* (X3), *health benefits of food* (X4), *food culture* (X5) dan *culinary arts of food* ((X6). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) merupakan variabel yang di akibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Martono, 2010, hlm 57), dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah *Behavioral intentions* (Variabel Y) yang terdiri dari keinginan untuk membeli/mengunjungi kembali, kesediaan untuk merekomendasi dan keinginan untuk membeli/membayar lebih.

Unit analisis dari penelitian ini adalah konsumen yang datang ke *sudirman street day & night market*. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional method*. Menurut Silalahi (2012, hlm 37) penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang hanya dilakukan pada saat waktu tertentu. Kemudian *cross-sectional method* adalah penelitian yang digunakan dalam waktu tertentu dan tidak akan dilakukan penelitian lain di waktu yang berbeda untuk diperbandingkan.

Pada penelitian dengan penggunaan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

## 3.2 Metodologi Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang di gunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan di uji apakah *Food Image* berpengaruh terhadap peningkatan *Behavioral intentions* konsumen sudirman *street day & night market* di kota Bandung. Menurut Silalahi (2012, hlm 29) tipe utama penelitian deskriptif mencakup penilaian sikap atau pendapat tentang individu, organisasi, peristiwa atau prosedur. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *Food Image* berpengaruh terhadap peningkatan *Behavioral intentions* wisatawan yang datang ke sudirman *street day & night market* di kota Bandung.

Sementara itu penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis dengan mengumpulkan data di lapangan. Sugiyono (2012, hlm 54) mengatakan bahwa penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda.

Berdasarkan jenis penelitiannya yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Prasetyo dan Jannah (2005, hlm 49) metode survei merupakan penelitian yang menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak di manipulasi oleh peneliti. Sedangkan Silalahi (2012, hlm 38) mengatakan bahwa penelitian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dan informasi dikumpulkan dari sampel atau responden dengan menggunakan angket atau wawancara.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini di operasionalisasikan dalam dua variabel utama atau variabel *independent* (bebas) yaitu *Food Image* (X) yang terdiri dari *food safety* (X1), *food quality* (X2), *attractiveness of food* (X3), *health benefits of food* (X4), *food culture* (X5) dan *culinary arts of food* ((X6). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu *Behavioral intentions* (Y)

yang terdiri dari *revisit intention*, *willing to recommend* dan *willing to purchase more*.

Menurut Silalahi (2012, hlm 200) operasionalisasi merupakan kegiatan mengubah konsep atau variabel menjadi indikator atau mengkonstruksi indikator-indikator untuk variabel. Indikator ini kemudian menjadi pertanyaan penelitian operasional. Secara lebih rinci dapat terlihat berdasarkan operasionalisasi variabel pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1  
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Food Image</i> (X)	<i>Food Safety</i> (X <sub>1</sub> )	Didalam mengukur keamanan makanan perlu digunakan indikator makanan aman untuk di konsumsi yaitu terlindung dari bakteri, tidak menyebabkan alergi, dan tidak terkontaminasi bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh, serta terhindar dari benda berbahaya (jarum, paku, dll) Yun (2015, hlm 2921)	Terhindar dari bakteri	Tingkat persepsi mengenai keamanan makanan dari bakteri	Ordinal	1
			Tidak menyebabkan alergi	Tingkat persepsi mengenai keamanan makanan yang tidak menyebabkan alergi	Ordinal	2
			Tidak terkontaminasi bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh	Tingkat persepsi keamanan makanan dari kontaminasi bahan kimia yang berbahaya	Ordinal	3
			Terhindar dari benda berbahaya (jarum, paku, dll)	Tingkat persepsi keamanan makanan dari benda fisik berbahaya (jarum, paku dll)	Ordinal	4
			Rasa	Tingkat persepsi kelezatan rasa makanan	Ordinal	5
			Bahan baku makanan yang segar	Tingkat persepsi kesegaran bahan baku yang digunakan	Ordinal	6
			Aroma	Tingkat persepsi sedapnya aroma makanan	Ordinal	7
<i>Food Quality</i> (X <sub>2</sub> )						

<i>Attractiveness of food (X<sub>3</sub>)</i>	Didalam mengukur kemenarikan makanan perlu digunakan indikator makanan menarik, makanan terkenal dan makanan mudah untuk dikonsumsi. Yun (2015, hlm 2921)	Kemenarikan makanan	Tingkat persepsi kemenarikan sajian makanan	Ordinal	8
		Makanan terkenal	Tingkat persepsi kepopuleran makanan	Ordinal	9
<i>Health benefits of food (X<sub>4</sub>)</i>	Didalam mengukur manfaat makanan bagi tubuh perlu digunakan indikator makanan dapat melindungi dari penyakit, makanan mengandung gizi yang baik dan makanan tidak membuat obesitas. Yun (2015, hlm 2921)	Makanan mengandung gizi yang baik untuk kesehatan	Tingkat persepsi gizi yang terkandung dalam makanan	Ordinal	10
		Makanan tidak membuat obesitas	Tingkat persepsi manfaat makanan dalam menghindari obesitas	Ordinal	11
<i>Food Culture (X<sub>5</sub>)</i>	Didalam mengukur budaya makan perlu digunakan indikator makanan di sajikan sesuai dengan kebiasaan <i>family style</i> , makanan dapat dinikmati bersama-sama di atas meja. Yun (2015, hlm 2921)	Kesesuaian budaya makan	Tingkat persepsi kesesuaian budaya bersantap dikawasan ini dengan kebiasaan makan sehari-hari	Ordinal	12
		Kebersamaan saat makan	Tingkat persepsi kegembiraan yang dirasakan karena menikmati makan bersama keluarga/teman	Ordinal	13
<i>Culinary arts of food (X<sub>6</sub>)</i>	Didalam mengukur seni kuliner dari makanan perlu digunakan indikator makanan disajikan dalam waktu yang lama, makanan	Waktu penyediaan makanan	Tingkat persepsi kecepatan waktu dalam proses persiapan makanan	Ordinal	14

dimasak dengan metode yang bervariasi. Yun (2015, hlm 2921)	Metode memasak bervariasi	Tingkat persepsi variasi metode memasak makanan	Ordinal	15
---	---------------------------	---	---------	----

---

*Behavioral intentions* (Y) *Behavioral intentions* adalah sejauh mana seseorang telah dirumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku masa depan yang ditetapkan. (Jang dan Namkung, 2009, hlm 454)

---

<i>Revisit intentions</i>	Tingkat kesediaan untuk mengunjungi kembali dikemudian hari	Ordinal	16
---------------------------	---	---------	----

	Tingkat kesediaan untuk mempertimbangkan sebagai pilihan utama	Ordinal	17
--	--	---------	----

<i>Willingness to recommend</i>	Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada orang lain	Ordinal	18
---------------------------------	--	---------	----

	Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga	Ordinal	19
--	--	---------	----

<i>Willingness to purchase (Pay More)</i>	Tingkat kesediaan konsumen untuk tetap melakukan pembelian makanan	Ordinal	20
---	--	---------	----

	Kesediaan konsumen untuk tetap berlangganan ketika terjadi perubahan harga	Ordinal	21
--	--	---------	----

---

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013, hlm 193) menjelaskan bahwa, “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen”.

Sumber data dapat dikategorikan menjadi dua kategori besar, yaitu data primer dan data sekunder seperti dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Menurut Firdaus (2012, hlm 42) mengungkapkan bahwa, “Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan peneliti yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kasual dengan menggunakan pengumpulan data berupa *survey*”. Dalam riset pemasaran data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, dalam hal ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yaitu konsumen Sudirman *Street day & Night Market* sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, selain itu pengumpulan data berupa observasi maupun wawancara.

#### 2. Data Sekunder

Firdaus (2012, hlm 53) menjelaskan bahwa, “Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang lain”. Artinya, peneliti sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah artikel, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang selanjutnya diterangkan pada Tabel 3.2 berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Sumber Data
<b>Data Sekunder</b>		
1	Data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung	Disbudpar Bandung 2015
2	Daftar nama food stall dan roda makanan di Sudirman <i>Street</i>	Manajemen Sudirman <i>Street</i>
3	Daftar nama Lokasi <i>Street Food</i>	Internet
4	Pendapat masyarakat tentang kota Bandung sebagai kota wisata kuliner	Internet
<b>Data Primer</b>		
1	Tanggapan konsumen mengenai <i>food image</i> di Sudirman <i>Street Day&amp;Night Market</i> "	Responden
2	Tanggapan konsumen mengenai <i>Behavioral intention</i> di Sudirman <i>Street Day&amp;Night Market</i> "	Responden

Sumber: Pengolahan Data (2017)

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Pendefinisian populasi merupakan langkah pertama yang sangat penting, dari sini dapat tergambar bagaimana keadaan populasi, sub-sub unit populasi, karakteristik umum populasi serta keluasan populasi tersebut (Suharsaputra 2012, hlm 115).

Menurut Uma sekaran (2013, hlm 240), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasarannya. Populasi dapat dibedakan antara populasi target atau sasaran dan populasi sampel, dalam penelitian ini populasinya merupakan populasi target atau sasaran. Menurut Silalahi (2012, hlm 253) populasi sasaran terdiri dari individu rumah tangga atau kelompok dalam yurisdiksi yang menjadi perhatian. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi dan melakukan pembelian di Sudirman *Street Day & Night Market*"



### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah satu subset atau tiap bagian tertentu yang dipilih dari populasi, sampel ini dilakukan karena populasi terlalu besar dan banyak faktor keterbatasan yang akhirnya harus diambil sampel, beberapa faktor keterbatasan itu seperti keterbatasan biaya, waktu dan tenaga yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel.

Menurut Sugiyono (2014, hlm 116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti. Agar sampel yang digunakan representative, maka pada penelitian ini ditentukan batas ukuran sampel berjumlah 200 sampel.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, Sugiyono (2012, hlm 116) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Sedangkan Martono (2010, hlm 75) mengatakan bahwa teknik sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel. Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil, dapat menggunakan beberapa teknik sampling atau teknik pengambilan sampel.

Martono (2010, hlm 75) menyebutkan ada dua teknik pengambilan sampel yaitu teknik *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *probability sampling* terdiri dari *systematic random sampling*, *proportionate random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster sampling*, serta teknik sampling *nonprobability sampling* yang terdiri dari sampling sistematis, *quota sampling* (sampling kuota), *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling* (Martono, 2010, hlm 75-79).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Quota sampling. Pada penelitian ini, peneliti merasa kesulitan menghitung jumlah populasi karena tidak ditemukannya data yang akurat. Menurut Sugiyono (2012, hlm 127) menyatakan bahwa Quota sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi

yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah/ kuota yang diinginkan. Sedangkan menurut Margono (2012, hlm 127) mengatakan bahwa dalam teknik ini populasi tidak diperhitungkan, akan tetapi diklarifikasikan dalam beberapa kelompok. Teknik sampling ini dilakukan dengan atas dasar jumlah atau jatah yang telah ditentukan. Biasanya, yang dijadikan sampel penelitian adalah subjek yang mudah ditemui sehingga memudahkan pula proses pengumpulan data.

#### **3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah :

1. Angket, yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Angket ini berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai Profil konsumen, pengalaman konsumen di Sudirman *Street day & Night Market* mengenai *food image* dan *behavioral intentions* konsumen di Sudirman *Street day & Night Market*. Angket ditunjukkan kepada konsumen di Sudirman *Street day & Night Market*
2. Studi literatur, peneliti mencari data dengan mempelajari buku, jurnal, internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *food image* dan *behavioral intentions*.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber yaitu :

1. Perpustakaan UPI
  2. Skripsi dan tesis
  3. Jurnal Manajemen dan jurnal lain
  4. Internet
3. Wawancara, Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara atau berbicara langsung dengan responden dari pengalaman konsumen di Sudirman *Street day & Night Market* maupun pedagang yang berjualan di lokasi tersebut untuk mendapatkan ide-ide, pendapat, informasi, data, wawasan dalam menghadapi masalah yang dibutuhkan dan mendapat gambaran yang jelas secara menyeluruh.
  4. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas konsumen di Sudirman *Street day & Night Market*.

### 3.2.5 Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### 3.2.5.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan menguji sejauh mana alat ukur yang tercantum dalam angket, mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Menurut Uma sekaran (2013, hlm 225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrument dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik analisa item instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total inimerupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, apabila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument adalah rumus korelasi *product moment*, dengan rumus sebagai berikut

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

Sumber : Umar (2008, hlm 131)

Keterangan :

$r_{xy}$  : Korelasi skor item dan skor total item

n : Jumlah responden

X : Skor per item dalam variabel

Y : Skor total item dalam variabel

$\sum X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas item instrument adalah sebagai berikut :

1. Item pernyataan-pernyataan dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan-pernyataan dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 23 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pernyataan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan kepada 30 responden dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X (*FOOD IMAGE*)**

No	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
	<b><i>Food Image</i></b>			
	<b><i>Food Safety</i></b>			
1	Makanan terhindar dari bakteri	0.905	0.361	Valid
2	Makanan tidak menyebabkan alergi	0.922	0.361	Valid
3	Makanan tidak terkontaminasi bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh	0.940	0.361	Valid
4	Makanan terhindar dari benda berbahaya (jarum, paku, dll)	0.900	0.361	Valid
	<b><i>Food Quality</i></b>			
5	Makanan terasa lezat	0.890	0.361	Valid
6	Makanan menggunakan bahan baku yang segar	0.908	0.361	Valid
7	Makanan memiliki aroma yang mengundang selera	0.975	0.361	Valid
	<b><i>Attractiveness Of Food</i></b>			
8	Makanan disajikan dengan menarik	0.855	0.361	Valid
9	Makanan terkenal/popular	0.935	0.361	Valid
	<b><i>Health Benefits Of Food</i></b>			
10	Makanan memiliki kandungan gizi yang baik	0.821	0.361	Valid
11	Makanan dapat mencegah obesitas	0.930	0.361	Valid
	<b><i>Food Culture</i></b>			
12	Budaya bersantap dikawasan ini sesuai dengan kebiasaan makan sehari-hari	0.941	0.361	Valid
13	Makanan dapat dinikmati bersama keluarga/teman dengan rasa gembira	0.935	0.361	Valid
	<b><i>Culinary Arts Of Food</i></b>			
14	Makanan disajikan dalam waktu yang cepat	0.931	0.361	Valid
15	Makanan dimasak dengan metode masak yang bervariasi	0.951	0.361	Valid

**Tabel 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y (*BEHAVIORAL INTENTION*)**

No	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
<b><i>Behavioral Intention</i></b>				
<b><i>Revisit Intention</i></b>				
1	Kesediaan untuk mengunjungi kembali dikemudian hari	0.963	0.361	Valid
2	Kesediaan untuk mempertimbangkan kawasan ini sebagai pilihan utama	0.959	0.361	Valid
<b><i>Willingness To Recommend</i></b>				
3	Kesediaan untuk memberikan kesan positif pada orang lain	0.974	0.361	Valid
4	Kesediaan dalam mengajak teman/keluarga untuk datang	0.975	0.361	Valid
<b><i>Willingness To Purchase (Pay) More</i></b>				
5	Kesediaan untuk tetap melakukan pembelian makanan	0.963	0.361	Valid
6	Kesediaan konsumen untuk tetap membeli produk ketika terjadi kenaikan harga	0.971	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 23, 2017

Berdasarkan Tabel 3.3 dan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas instrumen penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid (23 item) karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df = n-2$ ), mengingat jumlah instrumen yang diuji validitas sebanyak 30 responden.

### 3.2.5.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2012, hlm 183) reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. Sedangkan menurut Suharsaputra (2012, hlm 104) mengatakan bahwa reliabilitas berarti kedapatpercayaan atau keajegan, suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel

apabila instrumen tersebut dipergunakan secara berulang memberikan hasil ukur yang sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban ada instrumen penelitian lebih dari dua.

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Umar, 2008, hlm 170

Keterangan :

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian total

$\sigma_1^2$  : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Umar, 2009, hlm 172

Keterangan :

$\sigma^2$  = varians total

$n$  = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah skor

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_{11}$ )  $\geq r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_{11}$ )  $< r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berikut hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.5

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	<i>Alpha</i> <i>Cronbach</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	<i>Food Image</i> (X)	0,963	0,700	Reliable
2	<i>Behavioral Intention</i> (Y)	0,966	0,700	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Jika koefisien internal seluruh item  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan valid, maka 2 (dua) variabel yang diuji cukup reliabel dengan  $r_{\text{hitung}}$  (*Alpha Cronbach*) karena berada diatas 0,700.

### 3.2.6 Rancangan Analisis Data

#### 3.2.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari hubungan yang ada antara variabel, dengan analisis korelasi. Media yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket. Angket disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam data penelitian, yang akan memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *Food Image* terhadap *behavioral intentions*. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu :

1. Analisis deskriptif tentang *Food Image* yang terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food*.
2. Analisis deskriptif tentang *behavioral intentions* wisatawan yang terdiri dari *revisit intentions*, *willingness to recommend* dan *willingness to purchase (pay) more*.
3. Analisis deskriptif tentang pengaruh *Food Image* terhadap *behavioral intentions* pada konsumen *sudirman street*.

#### 3.2.6.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Rancangan Analisis Data verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun berdasarkan variabel yang diteliti yaitu



memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *Food Image* yang terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food* terhadap *behavioral intention*.

Data mentah yang terkumpul dari kuesioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Data yang diperoleh akan di olah dengan criteria sebagai berikut.

1. Setiap variable yang dinilai diklasifikasikan kedalam lima alternatif jawaban, dimana setiap option terdiri dari lima Kriteria skor.
2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat diberikan skor antara 1 dengan sampai 5.
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian konsumen tentang *food image* terhadap konsumen Sudirman *street* yang terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food*.

Adapun Kegiatan analisis verifikatif adalah sebagai berikut.

1) *Method Of Succesive Interval* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan prefensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Succesive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil Jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi (f) yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai bebas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{Scale value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Hubungan dua variabel terdiri dari hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan/penurunan X pada umumnya diikuti oleh kenaikan/penurunan Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r). nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ) artinya jika:

- $r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- $r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- $r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi pearson's product moment. X dikatakan mempengaruhi Y. Jika berubahnya nilai X akan membuat nilai Y juga naik turun. Dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi, namun variasi nilai Y tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menjadi penyebab.

## 2) Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih.

Menurut Sugiyono (2010, 204) Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan

variabel independen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang di analisis adalah variabel independen yaitu *food image* yaitu terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food*. Sedangkan variabel dependen adalah *behavioral intention*. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bx_{1.1} + bx_{1.2} + bx_{1.3} + bx_{1.4} + bx_{1.5} + bx_{1.6}$$

Keterangan:

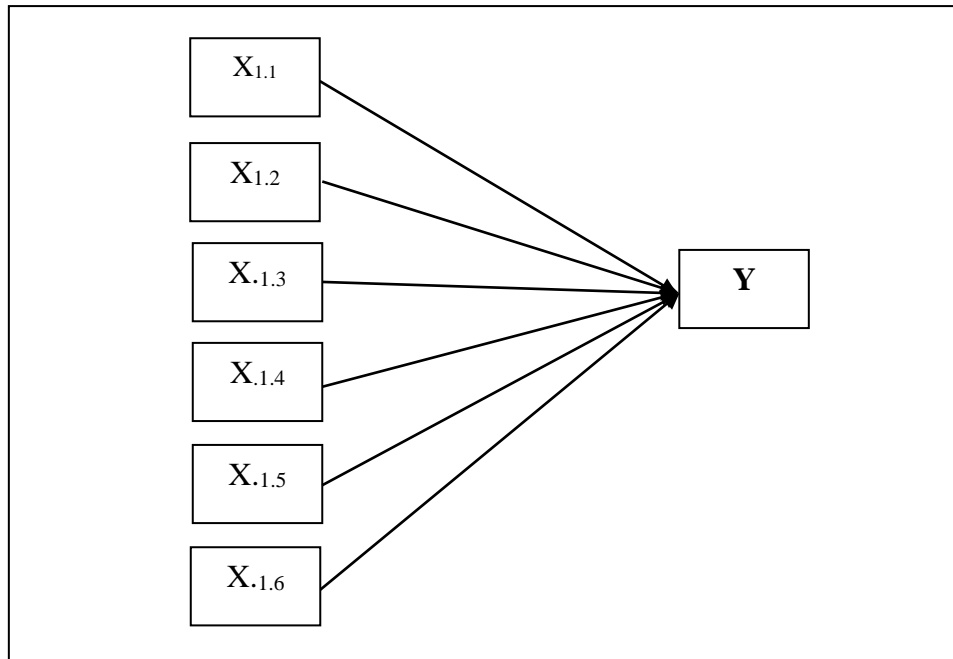
Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (*Behavioral Intention*)

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. X1 (*food safety*), X2 (*food quality*), X3 (*attractiveness of food*), X4 (*health benefits of food*), X5 (*food culture*), X6 (*culinary arts of food*) yang merupakan variabel penyebab.

Menurut Sugiyono (2010, hlm 227) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik/turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilai). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel minimal dua atau lebih. Menerjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel dependen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



Keterangan:

$X_{1.1}$  = *food safety*

$X_{1.2}$  = *food quality*

$X_{1.3}$  = *attractiveness of food*

$X_{1.4}$  = *health benefits of food*

$X_{1.5}$  = *food culture*

$X_{1.6}$  = *culinary arts of food*

### 3.2.6.3 Uji Asumsi Regresi

Adapun teknik analisis linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

#### a. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Suharsimi Arikunto (2010, hlm 357) bahwa data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Pengujian model distribusi normal yang digunakan sebagai sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Susetyo, 2012, hlm 144).

#### b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana

terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan terdapatnya hubungan linear yang linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi, yaitu terdapat lebih dari satu hubungan linear pasti. Untuk mengetahui terjadinya Multikolinearitas dalam penelitian, maka di gunakan VIF dengan bantuan SPSS 23for windows.

Adapun cara pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Melihat nilai *Tolerance*

Adapun pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Tidak terjadi Multikolinearitas , jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10.
- Terjadi Multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.

2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Adapun pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
- Terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

d. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti antara korelasi dan regresi.

Silahkan mengungkapkan: Jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi yang positif atau searah (*Direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam searah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain tanpa kecuali (Siloalahi, 2009 hlm 375).

$$r_{xy}(123) = \frac{(b_1 \sum x_1 y_1 + b_2 \sum y_2 + b_3 \sum x_3 y_3)}{\sum y^2}$$

Keterangan:

$R_{yx}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor sub variabel

$Y$  = Skor variabel terikat

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi  $Y$

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Table 3.3 berikut ini.

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20- 0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013, hlm 250)

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menurut Silalahi (2010, hlm 376) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Besarnya koefisien determinasi adalah  $0 \leq r^2 \leq 1$  dan tidak ada koefisien determinasi yang negatif karena dikuadratkan (Susetyo, 2012:122). Cara menentukan koefisien determinasi dalam hasil pengujian dengan bantuan SPSS 23 adalah dengan melihat kolom *R Square*, hasil dari analisa data SPSS. Persamaan untuk Koefisien Determinasi sebagai berikut:

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

### 3.2.6.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut:

a. Secara Simultan

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

1.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya *Food Image* yang terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intentions* pada konsumen *sudirman street*.

2.  $H_1 : \rho > 0$ , artinya *Food Image* yang terdiri dari *food safety*, *food quality*, *attractiveness of food*, *health benefits of food*, *food culture* dan *culinary arts of food* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* pada konsumen *sudirman street*.

#### b. Secara Parsial

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Food safety* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen *sudirman street*.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *Food safety* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen *sudirman street*.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *food quality* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan konsumen *sudirman street*.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *food quality* terhadap *behavioral intentions* pada konsumen *sudirman street*.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *attractiveness of food* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen *sudirman street*.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *attractiveness of food* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan pada konsumen *sudirman street*.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *health benefits of food* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen *sudirman street*.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *health benefits of food* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan pada konsumen *sudirman street*.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *health benefits of food* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen sudirman street.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *health benefits of food* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan pada konsumen sudirman street.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *food culture* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen sudirman street.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *food culture* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan pada konsumen sudirman street.

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *culinary arts of food* terhadap *behavioral intentions* pada pada konsumen sudirman street.

$H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *culinary arts of food* terhadap *behavioral intentions* pada wisatawan pada konsumen sudirman street.