

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu suatu yang merupakan inti dari problematika penelitian (Arikunto, 2012:29). Situasi sosial (*social situation*) merupakan gambaran kelompok yang diteliti. Situasi sosial itu dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diungkap dan dideskripsikan secara mendalam “apa yang terjadi didalamnya” (Yusuf, 2015:368). Objek yang akan diteliti ialah katering Sarahfie berdasarkan aspek legalitas, pasar, pemasaran, keuangan, teknik/operasi, manajemen dan organisasi, ekonomi dan sosial, serta lingkungan hidup.

Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan (Purwana & Hidayat, 2016:5). Hasil dari studi kelayakan bisnis yaitu untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha tersebut jika diteruskan dilihat dari semua aspek-aspek studi kelayakan bisnis.

Penelitian dilakukan di industri rumahan yang dimiliki oleh ibu Hj Pipit Nurindah, bertempat di Ruko Metro Indah Mall blok H No.18 Bandung serta di Jalan Kencanawangi Utara No. 21 Bandung. Mengenai waktu penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun (November-Agustus 2017).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dan menggunakan metode penelitian gabungan (*mix method research*) dengan strategi transformatif sekuensial yakni proses penggabungan data dari dua tahap pengumpulan data (kualitatif dan kuantitatif) untuk mengetahui bagaimana kelayakan katering Sarahfie (Yusuf, 2015:437).

Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:13).

Sedangkan metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013:14).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada berupa data-data yang diperoleh dari survei lapangan. (Sugiyono, 2015:11)

### 3.3 Operasional Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau obyek satu dengan obyek yang lain. Agar variabel dapat diukur maka variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel, untuk itu variabel harus dijelaskan parameter atau indikator-indikatornya (Sugiyono, 2015:3). Dibawah ini merupakan variabel-variabel yang sudah dijelaskan kedalam operasionalisasi variabel:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
Aspek Legalitas	Aspek legalitas adalah aspek yang meneliti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Badan usaha</li> <li>• Bukti diri</li> <li>• TDP</li> <li>• NPWP</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Badan usaha KS</li> <li>2. Bukti diri pemilik KS</li> <li>3. TDP KS</li> </ol>	Pemilik KS

Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
	keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen (Purwana & Hidayat, 2016:27)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izin Perusahaan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. NPWS KS</li> <li>5. Izin usaha KS</li> </ol>	
<b>Aspek Pasar</b>	Aspek pasar adalah aspek yang menganalisis seberapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa akan datang (Purwana & Hidayat, 2016:70)	Pasar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentasi</li> <li>• Target</li> <li>• Posisi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segmentasi pasar KS</li> <li>2. Target pasar KS</li> <li>3. Posisi pasarKS</li> </ol>	Pemilik KS
<b>Aspek Pemasaran</b>	Aspek pemasaran adalah aspek yang mengidentifikasi pasar sasaran yakni menentukan bauran pemasaran (Jumingan, 2009:72). Bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program	Bauran pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> 7P): <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Product</i></li> <li>• <i>Price</i></li> <li>• <i>Place</i></li> <li>• <i>Promotion</i></li> <li>• <i>People</i></li> <li>• <i>Process</i></li> <li>• <i>Physical Evidence</i></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Product</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cita rasa hidangan</li> <li>• Kesegaran hidangan</li> <li>• Kebersihan hidangan</li> <li>• Penampilan hidangan</li> <li>• Aroma hidangan</li> </ul> </li> <li>2. <i>Price</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Kesesuaian harga</li> <li>• Perbandingan harga dengan pesaing</li> </ul> </li> <li>3. <i>Place</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Strategis</li> <li>• Akses lokasi</li> </ul> </li> <li>4. <i>Promotion</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publikasi media</li> </ul> </li> </ol>	Konsumen KS

Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
	pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi, 2013:92).		<p>sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publikasi media cetak</li> <li>• Pemberian potongan harga</li> <li>• Pemberian bonus produk</li> </ul> <p>5. <i>People</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerapihan karyawan</li> <li>• Kebersihan karyawan</li> <li>• Ketanggapan karyawan</li> <li>• Keramahan karyawan</li> </ul> <p>6. <i>Process</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan informasi</li> <li>• Kemudahan konsultasi</li> <li>• Kemudahan administrasi</li> </ul> <p>7. <i>Physical Evidence</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan <i>buffet</i></li> <li>• Tampilan <i>food stall</i></li> <li>• Tampilan peralatan</li> <li>• Kebersihan peralatan</li> <li>• Tampilan dekorasi</li> </ul>	
<b>Aspek Keuangan</b>	Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan (Purwana & Hidayat, 2016:125)	Metode penilaian investasi	Metode perhitungan <i>Net Present Value</i> (NPV) KS	Pemilik KS
<b>Aspek teknis</b>	Analisis aspek operasi adalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi usaha</li> <li>• Luas produksi</li> </ul>	<p>1. Lokasi usaha</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi kantor</li> </ul>	Pemilik KS dan

<b>Sub Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
<b>/operasi</b>	untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi, dan <i>layout</i> serta kesiapan mesin-mesin yang akan digunakan (Purwana & Hidayat, 2016:50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tata letak</li> <li>• Pemilihan teknologi</li> <li>• Teknis higiene sanitasi</li> <li>• Cara pengolahan makanan</li> </ul>	<p>pusat KS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi produksi KS</li> </ul> <p>2. Luas produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luas tempat produksi KS</li> <li>• Kapasitas produksi KS</li> </ul> <p>3. Tata letak</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tata letak kantor pusat KS</li> <li>• Tata letak ruang produksi KS</li> </ul> <p>4. Pemilihan teknologi KS</p> <p>5. Teknis higiene sanitasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bangunan KS</li> <li>• Fasilitas sanitasi KS</li> <li>• Peralatan KS</li> <li>• Ketenagaan KS</li> <li>• Makanan KS</li> </ul> <p>6. Cara pengolahan makanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan bahan makanan KS</li> <li>• Penyimpanan bahan makanan KS</li> <li>• Pengelolaan bahan makanan KS</li> <li>• Penyimpanan makanan jadi/masak KS</li> <li>• Pengangkutan makanan KS</li> <li>• Penyajian makanan KS</li> </ul>	karyawan KS
<b>Aspek manajemen dan organisasi</b>	Aspek manajemen dan organisasi adalah untuk mengetahui masalah SDM maupun menyangkut	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen SDM</li> <li>• Organisasi</li> </ul>	<p>1. Manajemen SDM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan SDM KS</li> <li>• Pengadaan tenaga kerja KS</li> <li>• Kompensai KS</li> <li>• Pengembangan karir KS</li> </ul>	Pemilik KS dan karyawan KS

Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Indikator	Sumber
	rencana perusahaan secara keseluruhan serta bagaimana fungsi-fungsi manajemen (Purwana & Hidayat, 2016:178)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrasi KS</li> <li>2. Organisasi               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur organisasi KS</li> <li>• Uraian pekerjaan KS</li> <li>• Jadwal pekerjaan KS</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Aspek ekonomi dan sosial</b>	Aspek ekonomi dan sosial menganalisis tentang proyek yang dijalankan akan memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial kepada berbagai pihak atau sebaliknya (Purwana & Hidayat, 2016:212)	Dampak ekonomi dan sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dampak dari berdirinya KS terhadap ekonomi dan sosial</li> <li>2. Upaya KS untuk meningkatkan manfaat bisnis terhadap ekonomi sosial</li> </ol>	Pemilik KS, Masyarakat setempat atau Ketua RT
<b>Aspek Lingkungan Hidup</b>	Aspek lingkungan hidup menganalisis dampak positif dan negatif yang ditimbulkan baik langsung maupun tidak langsung (Purwana & Hidayat, 2016:223).	Dampak terhadap lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dampak dari usaha KS terhadap lingkungan</li> <li>2. Upaya KS untuk meminimalkan dampak bisnis terhadap lingkungan</li> </ol>	Masyarakat setempat atau Ketua RT

*Sumber: Peneliti, 2017*

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Yusuf, (2015:147) populasi merupakan totalitas semua nilai-nilai yang mungkin daripada karakteristik tertentu sejumlah objek yang ingin dipelajari sifatnya. Penetapan populasi harus terperinci, guna memahami karakteristik atau sifat-sifat populasi, baik dari segi wilayah, individu, objek maupun kejadian yang terdapat dalam lokasi penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah menggunakan produk (barang dan jasa) catering Sarahfie selama 1 (satu) tahun terakhir. Jumlah konsumen catering Sarahfie selama tahun terakhir (2016) adalah sebanyak 41 orang.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2015:150). Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu terhadap orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan (Sugiyono, 2012:392). Berdasarkan pengertian di atas, teknik sampling ini dipilih dengan pertimbangan bahwa untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam mengenai catering Sarahfie dibutuhkan responden yang memenuhi kriteria. Contohnya seperti, pemilik catering Sarahfie, karyawan catering Sarahfie, konsumen catering Sarahfie, serta orang yang berada di sekitar lingkungan perusahaan.

Pada pengumpulan data kualitatif, jumlah responden penelitian yang dilibatkan yakni sebanyak 10 orang. Sedangkan untuk pengumpulan data kuantitatif, jumlah responden penelitian yang dilibatkan yakni sebanyak 38 orang. Adapun penentuan ukuran sampel konsumen catering Sarahfie ialah dengan menggunakan rumus Slovin (Yusuf, 2015:170), sebagai berikut:

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

Keterangan :

s : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan

$$s = \frac{41}{1 + 41 (0,05)^2}$$

$$s = \frac{41}{1 + 41 \times 0,0025}$$

$$s = \frac{41}{1 + 0,1025}$$

$$s = 37,19$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel konsumen katering Sarahfie sebanyak 37,19 atau dibulatkan menjadi 38 orang responden penelitian.

### 3.5 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari manakah data penelitian didapat. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, sebagai contoh data itu berasal dari orang lain ataupun berupa dokumen (Sugiyono, 2013:193). Adapun jenis dan sumber pengumpulan data katering Sarahfie ialah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Pengumpulan Data Katering Sarahfie**

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1.	Jumlah katering di Kota Bandung	DPC APJI Kota Bandung	Sekunder
2.	Data penjualan Katering Sarahfie	Pemilik Katering Sarahfie	Primer



No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
3.	Data pendapatan Katering Sarahfie	Pemilik Katering Sarahfie	Primer
4.	Profil perusahaan Katering Sarahfie	Pemilik Katering Sarahfie	Primer
5.	Tanggapan pemilik, karyawan, serta orang yang berada di lingkungan sekitar Katering Sarahfie mengenai aspek kelayakan bisnis	Pemilik, karyawan serta orang yang berada di lingkungan sekitar Katering Sarahfie	Primer
6.	Tanggapan atau jawaban konsumen mengenai bauran pemasaran	Konsumen Katering Sarahfie	Primer

Sumber : Peneliti, 2017

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian gabungan (*mix method research*) ini ialah sebagai berikut:

#### 1) Observasi

Observasi dalam penelitian digunakan sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner (Sugiyono, 2015:203). Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal yakni dengan menggunakan teknik observasi (Yusuf, 2015:384). Penelitian pada katering Sarahfie ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan serta mendengar, meninjau dan mencatat segala sesuatunya yang berhubungan langsung dengan studi kelayakan bisnis di katering Sarahfie.

#### 2) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang

sebelumnya (Yusuf, 2015:372). Pada penelitian ini, pendekatan wawancara yang dilakukan ialah wawancara semiterstruktur (*semistructure interview*). Wawancara semiterstruktur adalah wawancara yang menggunakan panduan yang dibuat sebelum wawancara yang mana pendekatan ini lebih fleksibel (Sugiyono, 2013:413). Pendekatan tersebut diharapkan dapat menemukan permasalahan secara terbuka dan mendalam. Proses wawancara dilakukan melalui tanya jawab secara langsung dengan pemilik, karyawan, serta orang yang berada di lingkungan katering Sarahfie guna mengumpulkan data mengenai usaha yang penulis teliti.

3) Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu (Yusuf, 2015:391). Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015:240). Hasil penelitian dari observasi akan lebih dipercaya jika didukung dengan data-data lain, salah satunya adalah dengan dokumentasi. Pada penelitian ini penulis melakukan studi dokumentasi berupa foto dengan tujuan melengkapi dokumentasi yang dijadikan sebagai data penelitian.

4) Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu serangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data (Yusuf, 2015:199). Pada penelitian ini penulis melakukan kuesioner kepada responden mengenai bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Perolehan data tersebut dapat dijadikan patokan sebagai alat ukur penilaian strategi yang dilakukan oleh katering Sarahfie.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah dalam kegiatan penelitian yang sangat menentukan ketepatan dan kesahihan hasil penelitian (Yusuf, 2015:255). Pada penelitian gabungan (*mix method research*) ini, analisis data kualitatif

digunakan untuk mengetahui bagaimana gambaran katering Sarahfie berdasarkan pada aspek legalitas, pasar, teknik/operasi, manajemen dan organisasi, ekonomi dan sosial, serta lingkungan hidup. Sedangkan analisis data kuantitatif digunakan untuk mengetahui bagaimana gambaran katering Sarahfie berdasarkan pada aspek pemasaran dan keuangan.

Berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai teknis analisis data kualitatif:

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan (Sugiyono, 2013:429).

2. Analisis Selama di lapangan

Analisis dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode kurang dari 1 (satu) tahun terhadap seluruh aspek kelayakan bisnis. Terdapat 3 (tiga) tahapan dalam menganalisis data menurut Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2013:430) yakni, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Akifitas analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan membuang yang tidak perlu. Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan.

Berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai teknis analisis data kuantitatif:

Analisis data kuantitatif digunakan untuk mencari skor ideal dari kuesioner penelitian serta nilai kriteria penilaian investasi. Pengolahan data dilakukan melalui bantuan komputer dengan program *Microsoft Excel*. Secara rinci data analisis dilakukan pada setiap instrumen penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Observasi

Data yang diperoleh dari hasil observasi ialah berupa lembar observasi yang berisi catatan tentang aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek lingkungan hidup. Data tersebut kemudian dibaca serta dipahami secara keseluruhan dan mendalam. Selanjutnya data di klasifikasikan sesuai dengan topik yang relevan. Lalu data diinterpretasikan dan disimpulkan.

2. Wawancara

Data yang diperoleh dari hasil wawancara ialah berupa catatan hasil interview tentang seluruh aspek kelayakan bisnis terkecuali aspek pemasaran. Data tersebut kemudian dibaca serta dipahami secara keseluruhan dan mendalam. Selanjutnya data di klasifikasikan sesuai dengan topik yang relevan. Lalu data diinterpretasikan dan disimpulkan.

3. Studi Dokumentasi

Data yang diperoleh dari hasil studi dokumentasi ialah berupa dokumen katering Sarahfie yang sudah ada pada periode 2014-2016, seperti data pemilik, data keuangan, data peralatan, data penjualan, serta data menu. Data tersebut kemudian dibaca serta dipahami secara keseluruhan dan mendalam. Selanjutnya data di klasifikasikan sesuai dengan topik yang relevan. Lalu data diinterpretasikan dan disimpulkan.

4. Kuesioner

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif statistik. Pertama-tama menyusun data dan memeriksa kelengkapan data kuesioner. Lalu menabulasi data dengan menentukan bobot nilai dari setiap item pernyataan untuk mengetahui jumlah skor pada setiap item. Kemudian melakukan analisis secara deskriptif statistik. Untuk menganalisis dan

menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang telah diperoleh dari perhitungan statistik. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:206).

### 3.8 Pengujian Keabsahan Data

Pada penelitian ini, uji keabsahan data untuk data kualitatif menggunakan uji kredibilitas data. Uji kredibilitas merupakan proses pengujian data yang dilakukan untuk mengetahui nilai kebenaran data melalui beberapa teknis. Uji kredibilitas dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, dan *member check* (Sugiyono, 2013:460).

Proses perpanjangan pengamatan difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, seperti data hasil wawancara serta data hasil observasi. Lalu proses peningkatan ketekunan dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan kelayakan bisnis serta melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Kemudian proses triangulasi dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dan dengan teknik yang berbeda. Selanjutnya analisis kasus negatif dilakukan dengan cara mencari data yang berbeda atau bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Proses yang terakhir adalah melakukan *member check* dengan cara pengecekan data yang telah diperoleh kepada pemberi data, seperti pemilik, karyawan, serta orang yang berada di lingkungan katering Sarahfie.

Namun, untuk uji keabsahan data untuk data kuantitatif menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Arikunto (2013:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid dan sah apabila validitasnya tinggi.

Dalam pengujian validitas penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 22 for Windows. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment* 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: Yusuf, (2015:239)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$N$  = Banyaknya responden

$X$  = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

$Y$  = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor total (seluruh item)

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

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

Kaidah keputusan pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$
2. Item pernyataan-pernyataan responden dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pernyataan-pernyataan responden dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan  $dk = n - 2$ , maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistic Product for Service Solution*) 22.00 for Windows maka diperoleh hasil seperti pada tabel 3.3 berikut:

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	Sub Variabel	Nilai	Nilai	Keterangan
			$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	
1	<i>Product</i>	Cita rasa hidangan katering Sarahfie	0,844	0,374	Valid
2		Kesegaran hidangan katering Sarahfie	0,794	0,374	Valid
3		Kebersihan hidangan katering Sarahfie	0,633	0,374	Valid
4		Penampilan hidangan katering Sarahfie	0,891	0,374	Valid
5		Aroma hidangan katering Sarahfie	0,665	0,374	Valid
6	<i>Price</i>	Keterjangkauan harga yang ditawarkan katering Sarahfie	0,948	0,374	Valid
7		Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan katering Sarahfie	0,814	0,374	Valid
8		Harga yang ditawarkan katering Sarahfie lebih murah dibandingkan katering yang lain	0,860	0,374	Valid
9	<i>Place</i>	Lokasi katering Sarahfie strategis	0,937	0,374	Valid
10		Lokasi katering Sarahfie mudah diakses oleh angkutan umum	0,964	0,374	Valid
11	<i>Promotion</i>	Publikasi katering Sarahfie melalui media sosial	0,766	0,374	Valid
12		Publikasi katering Sarahfie melalui media cetak	0,781	0,374	Valid
13		Pemberian potongan harga	0,680	0,374	Valid
14		Penambahan bonus tambahan produk	0,874	0,374	Valid
15	<i>People</i>	Kerapihan pakaian yang digunakan oleh karyawan katering Sarahfie	0,921	0,374	Valid
16		Kebersihan pakaian yang digunakan oleh karyawan katering Sarahfie	0,742	0,374	Valid
17		Ketanggapan karyawan katering Sarahfie dalam melayani konsumen	0,742	0,374	Valid
18		Keramahan karyawan katering Sarahfie dalam melayani konsumen	0,827	0,374	Valid

No.	Variabel	Sub Variabel	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
19	<i>Process</i>	Kemudahan dalam memperoleh informasi	0,896	0,374	Valid
20		Kemudahan dalam melakukan konsultasi	0,78	0,374	Valid
21		Kemudahan dalam melakukan administrasi	0,739	0,374	Valid
22	<i>Physical Evidence</i>	Tampilan tata letak <i>buffet</i>	0,688	0,374	Valid
23		Tampilan tata letak <i>food stall</i>	0,800	0,374	Valid
24		Tampilan peralatan yang digunakan catering Sarahfie	0,853	0,374	Valid
25		Kebersihan peralatan yang digunakan catering Sarahfie	0,851	0,374	Valid
26		Tampilan dekorasi	0,744	0,374	Valid

Sumber: Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat pada tabel 3.3 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan setiap variabel di dalam kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$

Menurut Arikunto (2013:221), reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Adapun rumus yang tepat untuk digunakan untuk reliabilitas ini adalah menggunakan *Croanbach Alpha* sebagai berikut :

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

Sumber: Arikunto (2013:239)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varians butir



$\sigma^2 t$  = Varians total

Sedangkan rumus variannya adalah sebagai berikut:

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

Sumber: Arikunto (2013:239)

Di mana:

$\sigma^2$  = Varian

$n$  = Jumlah responden

$X$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan) Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Kaidah keputusan pengujian reliabilitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti reliabel
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti tidak reliabel

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	Product	0,818	0,374	Reliabel
2	Price	0,845	0,374	Reliabel
3	Place	0,878	0,374	Reliabel
4	Promotion	0,776	0,374	Reliabel
5	People	0,825	0,374	Reliabel
6	Process	0,720	0,374	Reliabel
7	Physical evidence	0,843	0,374	Reliabel

Sumber: Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat pada tabel 3.4 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan setiap variabel di dalam kuesioner dikatakan reliabel dengan ketentuan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti reliabel.