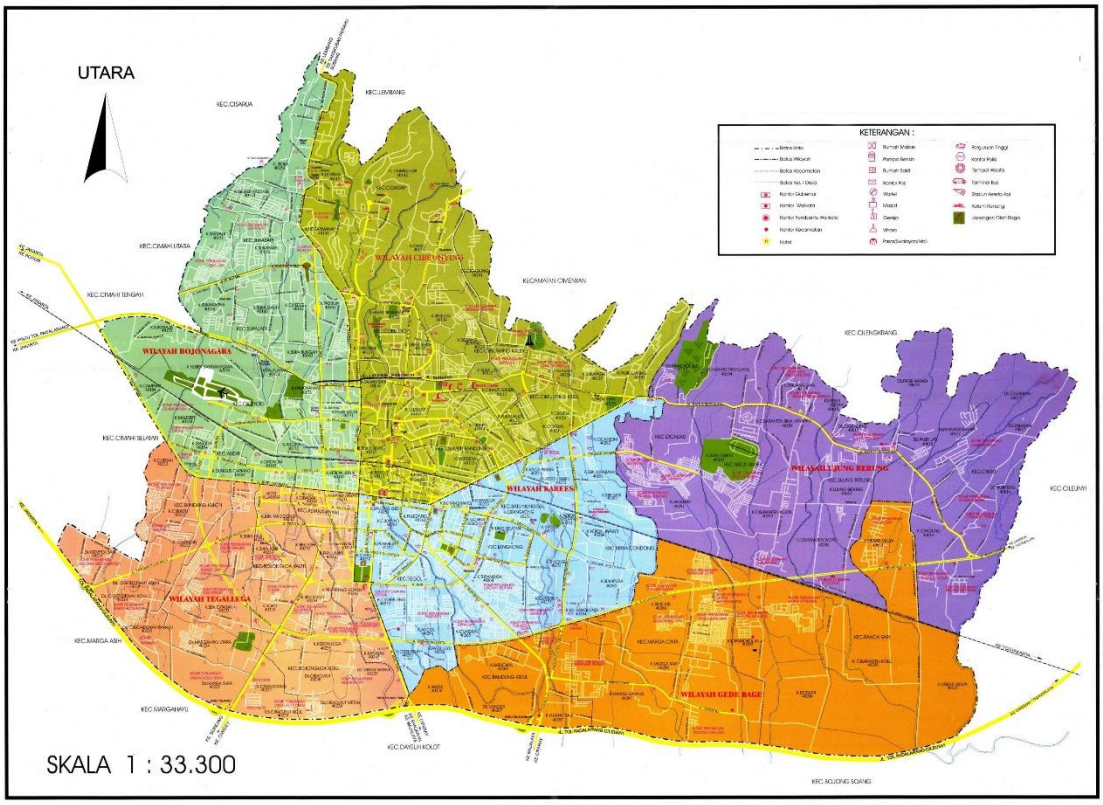
BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Objek penelitian merupakan 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). Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bandung yang terletak diantara 1070° 36' Bujur Timur dan 600° 55' Lintang Selatan.



Sumber : indotravelers.com tahun 2019

Gambar 3.1
Peta Kota Bandung

Nur Faijatun Nikmah, 2019
ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI MILENIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE RESTORAN SUNDA DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Objek penelitian ini yaitu perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Adapun subjek penelitian yaitu milenial rentang usia 20-34 tahun yang telah melakukan *dining out* di restoran Sunda (Sindang Reret, Alas Daun, Raja Sunda, Ponyo, Rumah Makan Ibu Imas, Sambara, Warung Nasi Bancakan, Warung Nasi Ampera, Rumah Makan Ma'Uneh, Paviliun Sunda) di Kota Bandung. Proses pemilihan restoran sunda ini berdasarkan beberapa situs seperti gotravelly.com, keluyuran.com, dan sendokgarpu.com (Reni,Sunshine4FreshAir, dan Syuri) serta telah disesuaikan dengan lokasi yang terletak di Kota Bandung.

1. Nama : Alas Daun
   Alamat : Jalan Citarum No. 34, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung
2. Nama : Paviliun Sunda
   Alamat : Jalan LLRE Martadinata No.97, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung
3. Nama : Ponyo
   Alamat : Jalan Malabar No. 60, Malabar, Lengkong, Kota Bandung.
4. Nama : Raja Sunda
   Alamat : Jalan Dr. Djunjunan No. 63, Pajajaran, Cicendo, Kota Bandung
5. Nama : Warung Nasi Ampera
   Alamat : Jl. Kepatihan No.19-51, Balonggede, Kota Bandung
6. Nama : Rumah Makan Ibu Imas
   Alamat : Jalan Balonggede No.67, Balonggede, Regol, Kota Bandung.
7. Nama : Rumah Makan Ma'Uneh
   Alamat : Jalan Dr. Setiabudi No. 159, Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung
8. Nama : Sajian Sunda Sambara
   Alamat : Jalan Trunojoyo No. 64, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung
9. Nama : Sindang Reret
   Alamat : Jalan Surapati No. 53, Sadang Serang, Coblong, Kota Bandung
10. Nama : Warung Nasi Bancakan
    Alamat : Jalan Trunojoyo No. 62,Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung

3.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penulisan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2012) menjelaskan bahwa, "Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain". Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai faktor- faktor perilaku konsumsi milenial terhadap restoran Sunda. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap restoran Sunda

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh penulis maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptive survey* dan *metode explanatory survey*.

3.3. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2012). Populasi yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini yaitu milenial yang telah melakukan *dining out* ke restoran Sunda di Kota Bandung.

Table 3.1
Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur (20-34 tahun) dan Jenis Kelamin di Kota Bandung Tahun 2017

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki - Laki	Perempuan	Jumlah
20-24	**133.509**	**125.321**	**258.830**
25-29	**119.219**	**109.698**	**228.917**
30-34	**109.736**	**101.912**	**211.648**
Jumlah	**362.464**	**336.931**	**699.395**

Sumber : Proyeksi Penduduk Indonesia 2010 –2035

3.4. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus merepresentasikan populasi itu sendiri (Sugiyono, 2012). Maka Penelitian ini diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti. Dalam penelitian ini tidak meneliti seluruh populasi, akan tetapi diambil sampel yang representatif.

Berdasarkan pengertian sampel diatas, yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu milenial rentang usia 20-34 tahun yang telah melakukan *dining out* di restoran Sunda, untuk mendapatkan jumlah atau ukuran sampel penelitian, Penulis menggunakan tabel Isaac dan Michael yang terdapat pada Sugiyono (2010), sebagai berikut :

Table 3.2
Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael

N	**S**
	10%
600.000	270
650.000	270
700.000	270
750.000	271
800.000	271
850.000	271
900.000	271
950.000	271
1000.000	272
∞	272

Sumber : Buku Statistika untuk Penelitian. 2010

Keterangan :

N : Jumlah Populasi

S : Sampel dengan standar error (10%)

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 699.395 orang, maka berdasarkan table 3.2 dengan standar error yang ditetapkan penulis sebesar 10 %, maka sampel yang diperoleh berjumlah 270 orang.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dapat dilakukan dengan beragai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. (Sugiyono, 2012) Berdasarkan setting dapat data dibagi menjadi setting alamiah dan setting non alamiah seperti metode eksperimen di laboratorium. Berdasrkan cara teknik pengumpulan data dapat diperoleh dengan interview, kuisioner, observasi dan gabungan dari ketiganya. Berdasarkan sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder sebagai berikut :

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data kepada pengumpul data, Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai faktor-faktor perilaku konsumsi milenial yang telah melakukan *dining out* di restoran Sunda. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyebar kuesioner.
2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data kepada pengumpul data, dapat melalui orang lain ata melalui dokumen. Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data dari instansi terkait dalam hal ini Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Situs web, serta kajian literatur.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penulisan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2012) menjelaskan bahwa, “Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai faktor- faktor perilaku

konsumsi milenial terhadap restoran Sunda. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke restoran Sunda. Berdasarkan jenis penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh penulis maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket atau kuisioner yang merupakan merupakan metode pengambilan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.6. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
Perilaku	Perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu terbentuk oleh intensi atau niat, yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. (Ajzen, 2015)	Perilaku dipengaruhi oleh : a. Niat b. Sikap terhadap perilaku c. Norma subjektif d. Kontrol perilaku yang dirasakan	Perilaku di indikasi melalui : a. Intensi/niat b. Perasaan (*Emotion*) Positif : - *Refreshment* - *Contentment* - *Interest* Negatif : - *Regret* - *Distress* - *Boredom* c. Hubungan relasi: - *Creating and maintaining relationship* - *Sense of belongings* *d. Self-efficacy*	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
Konsumsi makanan	Konsumsi makanan merupakan aktifitas untuk menghabiskan atau mengurangi nilai dalam jumlah atau jenis tertentu untuk memenuhi kebutuhan fisiologis psikologis dan sosiologis individu atau kelompok. Konsumsi makanan dipengaruhi oleh preferensi makanan (Mak, Lumbers, Eves, et al., 2012; Randall & Sanjur, 1981)	Konsumsi pangan dipengaruhi : a. Karakteristik Individu b. Karakteristik makanan di destinasi tujuan c. Karakteristik lingkungan di destinasi tujuan	Konsumsi makanan : a. Karakteristik individu : • *Cultural and religious influences* - *Cultural background* - *Religious beliefs* • *Socio-demographic factors* - *Socio-economic* - *Demographic status* • *Food-related personality traits* - *Food neophobia* - *Variety-seeking tendency* • *Exposure effect and past experience* - *Familiarity breeds content* - *Increased exposure* • *Motivational factors* - *Symbolic* - *Obligatory* - *Contrast* - *Extension*	 Ordinal Ordinal Nominal Nominal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
			- *Pleasure* • *Physiological factors* - *Hunger, Thirsty and Satiety* b. Karakteristik makanan di destinasi tujuan : • *Sensory attributes* - *flavor, aroma, texture, appearance.* • *Food content* - *Ingredients, condiments, spices.* • *Methods of preparation and cooking* • *Food/cuisine type* - *National/regional/ local cuisine, traditions / meaning attached.* • *Food availability* - *Types available, variety, alternatives.* • *Price, value, and quality*	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	B13 B14 B15 B16 B17 B18 B19 B20

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
			c. Karakteristik lingkungan di destinasi tujuan		
			• *Gastronomic image/identity*		
			- *Perceived gastronomic image of the destination*	Ordinal	B21
			• *Marketing communications*		
			- *Internet, guidebook, TV programmes*	Ordinal	B22
			• *Contextual influences*	Ordinal	B23
			- *Time, place, with whom*		
			• *Service encounter*	Ordinal	B-24
			- *Expected service quality*		
			• *Servicescape*		
			- *Physical elements in a consumption setting's built environment*	Ordinal	B-25
			• *Seasonality*	Ordinal	B-26
			- *Season, temperature of the destination*		

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2019

3.7. Instrumen Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan adalah untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono, (2012). Skala likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian dalam penelitian ini, fenomena sosial disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga negatif, yang dapat berupa kata-kata untuk keperluan analisis kuantitatif, sebagai berikut:

Table 3.3
Pengukuran Skala Likert

Pertanyaan/Pernyataan	Penilaian				
	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Kurang Setuju	Tidak setuju
	5	4	3	2	1

Sumber : Sugiyono, 2012

3.8. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur instrument penelitian. Uji validitas dilakukan pada kuesioner, untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan dengan tepat. (Sugiyono, 2012). Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation.* Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dengan alpha 0,05 dalam hal ini, n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item.

Kriteria pengambilan keputusan valid tidaknya suatu kuesioner sebagai berikut :

a. Apabila r hitung > r tabel, maka pernyataan dalam kuesioner tersebut valid.

b. Apabila r hitung < r tabel, maka pernytaan dalam kuesioner tersebut tidak valid

Table 3.4
Uji Validitas Faktor Perilaku Konsumsi Milenial terhadap minat berkunjungke Restoran Sunda di Kota Bandung

No	Faktor	r hitung	r tabel	Keterangan
Perilaku				
1	Saya memiliki niat untuk berkunjung ke Restoran Sunda	0,574	0,361	Valid
2	Saya merasakan sesuatu yang menyegarkan saat berada di Restoran Sunda	0,610	0,361	Valid
3	Saya merasakan kepuasan saat berada di Restoran Sunda	0,681	0,361	Valid
4	Saya merasa tertarik dengan Restoran Sunda	0,711	0,361	Valid
5	Saya tidak merasa menyesal saat berada di Restoran Sunda	0,553	0,361	Valid
6	Saya tidak menderita saat berada di Restoran Sunda	0,594	0,361	Valid
7	Saya tidak merasa bosan saat berada di Restoran Sunda	0,649	0,361	Valid
8	Saya dapat menciptakan dan memelihara hubungan saat berada di Restoran Sunda	0,676	0,361	Valid
9	Saya dapat menumbuhkan rasa saling memiliki saat berada di Restoran Sunda	0,783	0,361	Valid
10	Saya memiliki keyakinan untuk dapat berkunjung ke Restoran Sunda	0,560	0,361	Valid
Konsumsi Makanan (Karakteristik Individu)				
11	Berkunjung ke Restoran Sunda karena terpengaruhi oleh latar belakang budaya saya	0,726	0,361	Valid
12	Berkunjung ke Restoran Sunda karena terpengaruhi oleh keyakinan agama saya	0,732	0,361	Valid
13	Berkunjung ke Restoran Sunda karena terpengaruhi oleh kondisi pekerjaan dan pendapatan	0,742	0,361	Valid
14	Berkunjung ke Restoran Sunda karena terpengaruhi oleh status demografi (usia, jenis kelamin dan status pernikahan)	0,718	0,361	Valid
15	Saya memiliki keengganan untuk mencoba makanan baru	0,712	0,361	Valid
16	Saya memiliki kecenderungan untuk mencoba keragaman dalam pilihan layanan dan menu	0,597	0,361	Valid
17	Saya memiliki keakraban dengan makanan sunda karena pengalaman masa lalu	0,659	0,361	Valid
18	Saya terpengaruh oleh peningkatan globalisasi saat memilih makanan Sunda	0.804	0,361	Valid
19	Berkunjung untuk mengeksplorasi budaya lokal dan merasakan pengalaman otentik	0,773	0,361	Valid
20	Berkunjung untuk memenuhi kebutuhan fisik (makan) dan mempertimbangkan masalah kesehatan	0,659	0,361	Valid

21	Berkunjung untuk mencari pengalaman menarik serta suasana baru dari biasanya	0,594	0,361	Valid
22	Saya berkunjung untuk mencari makanan yang memiliki keakraban rasa dengan selera saya	0,651	0,361	Valid
23	Saya berkunjung untuk mendapat kesenangan dari kebersamaan dan daya tarik indrawi	0,671	0,361	Valid
24	Saya berkunjung untuk memenuhi rasa lapar dan haus	0,478	0,361	Valid
Konsumsi Makanan (Karakteristik makanan di destinasi tujuan)				
25	Makanan sunda memiliki rasa, aroma, tekstur, dan penampilan yang sangat menarik	0,853	0,361	Valid
26	Makanan sunda memiliki bahan baku dan rempah yang khas	0.899	0,361	Valid
27	Makanan sunda memiliki metode persiapan dan memasak yang sangat menarik	0,678	0,361	Valid
28	Makanan sunda merupakan tipe makanan lokal dan memiliki makna yang melekat	0,806	0,361	Valid
29	Makanan sunda memiliki ketersediaan jenis variasi dan alternatif makanan	0,891	0,361	Valid
30	Makanan sunda memiliki harga, nilai dan kualitas yang sangat sesuai	0,809	0,361	Valid
Konsumsi Makanan (Karakteristik makanan di destinasi tujuan)				
31	Restoran sunda dapat mencerminkan gambaran gastronomi dari makanan sunda	0,782	0,361	Valid
32	Restoran sunda memiliki teknik komunikasi pemasaran seperti Internet, buku panduan dan program TV	0,718	0,361	Valid
33	Saya terpengaruh dengan waktu, tempat, dengan siapa saya berkunjung ke Restoran sunda	0,746	0,361	Valid
34	Restoran Sunda memiliki kualitas layanan yang diharapkan	0,950	0,361	Valid
35	Restoran sunda memiliki Elemen fisik seperti arsitektur bangunan dan desain interior yang sangat menarik	0,844	0,361	Valid
36	Restoran sunda memiliki waktu musiman dan temperature udara yang nyaman	0,864	0,361	Valid

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat dinyatakan bahwa seluruh item memenuhi kriteria dimana r hitung > r tabel. Dengan demikian seluruh item tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

3.9. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur instrument terhadap ketepatan (konsisten) (Usman & Setiadi, 2012). Suatu kuesioner dikatakan reliable, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable, jika memberikan nilai *cronbach alpha* >0,60.

Table 3.5
Tabel *Case Processing Summary*

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded[a]	1	3.2
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 3.5 *Case Processing Summary* pada 36 butir pertanyaan dapat diketahui bahwa tingkat validitasi seluruh butir pertanyaan adalah 100%.

Table 3.6
Tabel *Realibility Statistic*

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	36

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 3.6. *Reliability Statistic* pada 36 butir pertanyaan, menunjukan bahwa semua pertanyaan tersebut reliable. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukan lebih dari 0,60 yaitu 0,950

3.10. *Method Succesive Interval* (MSI)

Methode Succesive Interval atau MSI merupakan metode merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Menurut Maman et.al., (2011) mengatakan langkah kerja yang dapat dilakukan untuk merubah jenis data ordinal ke data interval melalui *method of succesive intervals* adalah:

1. Perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab (memberikan) respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia.
2. Bagi setiap bilangan pada frekuensi oleh banyaknya responden (n), kemudian tentukan proporsi untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut.
3. Jumlahkan proporsi secara beruntun sehingga keluar proporsi kumulatif untuk setiap alternatif jawaban responden.
4. Dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal Baku, hitung nilai z untuk setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden.
5. Menghitung nilai skala (*scale value*) untuk setiap z dengan menggunakan rumus: SV= (*Density at lower limit dikurangi Density at upper limit*) dibagi (*Area under upper limit dikurangi area under lower limit*).
6. Melakukan transformasi nilai skala (*transformed scale value*) dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus: Y=Svi+|SVMin|. Dengan catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu (=1).

3.11. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

3.12.Analisis Faktor

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor eksploratori. Analisis faktor adalah sebuah model dimana tidak menentukan variabel bebas dan terikat melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Tujuan dari analisis faktor adalah untuk meringkas data sehingga hubungan dan pola dapat dengan mudah ditafsirkan dan dipahami. Biasanya digunakan untuk mengelompokkan kembali variabel ke dalam kumpulan kluster terbatas berdasarkan varian yang dibagikan. Analisis faktor pertama kali digunakan oleh Charles Sprearman yang memiliki ketertarikan pada kemampuan manusia. Analisis faktor memiliki dua teknik utama yaitu *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang berupaya untuk mengkonfirmasi hipotesis dan menggunakan diagram analisis jalur untuk mewakili variabel dan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mencoba mengungkap pola yang kompleks dengan menjelajahi kumpulan data dan menguji sebuah prediksi. (Yong & Pearce, 2013).

3.13. Asumsi Analisis Faktor

Menurut (Santoso, 2017 hlm 60) pada analisis faktor sejumlah analisis harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

1. Korelasi antar variabel independen. Besar korelasi atau korelasi antar independen harus cukup kuat misalnya diatas 0.5
2. Korelasi parsial besar koralsi parsial. Korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus memiliki nilai yang kecil. Pada SPSS deteksi pada korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti Image Corelation*
3. Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel) yang diukur dengan besaran *Bartlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy* (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit beberapa variabel.
4. Pada beberapa kasus asumsi normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi.

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel dan sampel yang digunakan memungkinkan untuk dilakukan analisis lebijh lanjut. Selajutnya untuk melihat korelasi antar variabel independent dapat diperhatikan table *Anti Image Matrices*. Nilai yang diperhatikan adalah MSA berkisar antara 0 hingga 1 dengan ketentuan sebagai berikut : (Santoso, 2017 hlm 63)

1. MSA = 1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
2. MSA > 0,5, variabel masih bias diprediksi dan bias dianalisis lebih lanjut.
3. MSA < 0,5, variabel tidak bias dipresiksi dan tidak bisa di analisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

3.14. Model Analisis Faktor

Dalam menguji faktor-faktor perilaku konsumsi milenial terhadap Minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung, penulis menggunakan metode analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama dengan pengolahan data menggunakan program SPSS 25.0.

Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama adalah suatu teknik untuk mereduksi data dari variabel asal menjadi variabel baru atau faktor yang jumlahnya lebih kecil dari variabel awal. Proses analisis faktor eksploratori bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi (*Data Summarization*), yaitu:

a. R *Factor Analysis* : Jika korelasi dilakukan antar variabel, dalam SPSS R *Factor Analysis* adalah kolom.
b. Q *Factor Analysis* : Jika korelasi dilakukan antar responden, dalam SPSS Q *Factor Analysis* adalah baris.

Setelah itu, tujuan berikutnya adalah mereduksi data, yaitu membuat sebuah variabel set baru yang disebut faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu (*Data Reduction*). Hal yang perlu diperhatikan dalam mereduksi data adalah faktor dan kontribusi variabel terhadap faktor, faktor loading dan faktor score. Adapun proses yang harus dilakukan dalam menggunakan metode analisis faktor menurut Santoso, (2017) adalah sebagai berikut :

1. Menentukan variabel-variabel yang akan dianalisis
2. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan dengan pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Pada tahap awal, dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel sehingga mendapat variabel-variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, digunakan Kaiset Meyer Oikin (KMO*) measure of sampling adequacy*, yang merupakan indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai 0,5-1,0 berarti analisis faktor tepat, jika kurang dari 0,5 maka analisis faktor dikatakan tidak tepat.
3. Setelah beberapa variabel yang memenuhi syarat diperoleh, maka proses akan berlanjut kepada inti analisis faktor yaitu factoring. *Factoring* merupakan proses yang akan mengekstrak satu faktor atau lebih dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga membentuk satu atau lebih faktor. Metode yang digunakan adalah varimax. Varimax adalah metode rotasi orthogonal yang memaksimalkan faktor pembobot, dan mengakibatkan korelasi variabel-variabel dengan suatu faktor mendekati satu, serta korelasi dengan faktor lainnya mendekati nol, sehingga mudah diinterpretasikan.

Pada dasarnya metode analisis faktor eksploratori menunjukkan jumlah varians dari satu variabel yang bisa dijelaskan dengan faktor yang ada. Kemudian tabel yang berikutnya adalah *Total Variance Explained* yang menampilkan *eigenvalues* (akar ciri) dari masing-masing faktor. Untuk suatu faktor *eigenvalues* menunjukkan jumlah varian sebagai kontribusi dari faktor yang bersangkutan terhadap varians, karena masing-masing variabel sudah dibakukan dengan rata-rata nol dan variannya satu.

Besarnya *eigenvalue* menjadi dasar untuk menentukan banyaknya jumlah faktor yang bisa diterima. Semakin besar eigenvalue setiap faktor, maka faktor tersebut semakin reliable untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor akan bermakna apabila eigenvalue faktor lebih besar dari satu (>=1). Setelah mengetahui faktor yang fapat diterima, tabel Component Matrix menunjukkan distribusi masing-masing variabel terhadap faktor dan angka-angka pada tabel akan menunjukkan *faktor loadings* yang menunjukkan besarnya korelasi antar variabel dengan faktor yang terbentuk.