

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang penting untuk direncanakan sebelum memulai penelitian. Untuk mengetahui apakah objek penelitian sesuai dengan topik penelitian. Karena itu penulis memilih restoran Jepang dan restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung sebagai objek penelitian.

3.1.2 Subjek Penelitian

Peneliti menentukan subjek penelitian berdasarkan pengamatan mengenai perkembangan restoran Jepang dan Korea dengan konsep *All You Can Eat* di Kota Bandung, subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah makan di restoran Jepang dan Korea *All You Can Eat*.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:2) metode penelitian secara umum dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Arifin (2011:29) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga dapat menghasilkan simpulan-simpulan yang dapat digeneralisasikan lepas dari konteks waktu dan jenis juga data yang dikumpulkan terutama data kuantitatif, penggunaan pengukuran disertai analisis statistik di dalam penelitian menghasilkan bahwa penelitian ini menghasilkan bahwa penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Oleh karena itu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif dipilih karena pemecahan masalah yang dipaparkan dalam rumusan masalah memerlukan perhiyungan serta pengukuran terhadap variabel.

Menurut Silalahi Uber (2009:35) penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Penelitian komparatif dapat berupa komparatif deskriptif (*descriptive comparative*) ataupun komparatif korelasional

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(*correlation comparative*). Komparatif deskriptif merupakan penelitian yang membandingkan variabel yang sama untuk sampel yang berbeda. Menurut Arikunto Suharsini komparatif (2013:6) bermaksud mengadakan perbandingan kondisi yang ada di dua tempat, apakah kedua kondisi tersebut sama, atau ada perbedaan, dan kalau ada perbedaan, kondisi di tempat mana yang lebih baik. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara, terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa atau terhadap ide-ide.

Sedangkan penelitian komparatif menurut Sugiyono (2014:54) adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda. Adapun penerapan penelitian komparatif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara preferensi konsumen dalam memilih restoran Jepang dan restoran Korea *all you can eat* yang ada di Kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian komparatif deskriptif.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian merupakan suatu atribut sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulannya.

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
Preferensi Konsumen Restoran	Preferensi konsumen menurut	<i>Price</i>	Harga menu layak dan terjangkau	Ordinal	1

<i>All You Can Eat</i> di Kota Bandung	Anggasari (2013)		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	Ordinal	2
	Prefensi konsumen berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai		Restoran memberikan diskon pada setiap transaksi tertentu	Ordinal	3
	oleh konsumen yang bisa terbentuk dari pemahaman dan ingatan konsumen melalui persepsi produk	<i>Quality of Service</i>	Pegawai berpenampilan bersih, rapih dan menarik	Ordinal	4
			Pegawai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Ordinal	5
			Pegawai cepat dalam merespon kebutuhan/ permintaan konsumen	Ordinal	6

		<i>Branding</i>	Memiliki nama merek/ simbol yang mencerminkan karakteristik restoran	Ordinal	7
			Memiliki slogan, <i>tagline</i> , <i>jingle</i> yang menarik minat konsumen	Ordinal	8
			Menunjukkan bahwa merek/ simbol restoran berkualitas tinggi sehingga layak untuk direkomendasikan	Ordinal	9
		<i>Tangibles</i>	Memiliki tempat parkir yang memadai dan aman	Ordinal	10
			Memiliki fasilitas restoran yang lengkap (toilet, tempat ibadah, wifi)	Ordinal	11

			Desain interior dan eksteriornya menarik dan menggambarkan karakteristik restoran	Ordinal	12
		<i>Quality of food</i>	Restoran menyajikan menu yang bervariasi	Ordinal	13
			Restoran menawarkan menu makanan lokal	Ordinal	14
			Makanan dan minuman yang disajikan memiliki ciri khas	Ordinal	15
			Makanan yang disajikan kepada konsumen sudah memenuhi standar kebersihan makanan	Ordinal	16

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut preferensi konsumen. Maka populasinya adalah konsumen yang pernah mengunjungi restoran *all you can eat* yang ada di Kota Bandung, sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif berdasarkan pengalaman konsumen.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut. Karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis akan mengambil sampel dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2011)

Untuk populasi yang diketahui, pengukuran sampel yang dipilih menggunakan teknik *Slovin*, dengan rumus:

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

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi kesalahan sampel (e = 0.1)

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah

$$\begin{aligned} n &= \frac{61,980}{1 + 61,980 \cdot 0.1^2} \\ n &= \frac{61,980}{620.8} \\ n &= 99.83 \\ n &\approx 100 \end{aligned}$$

Sesuai dengan hasil perhitungan tersebut, maka sampel secara keseluruhan setelah dilakukan pembulatan menjadi 100 orang.

Dalam pengambilan sebuah sampel dibutuhkan teknik sampling. Teknik sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel. Sugiyono (2011:62) mengelompokkan teknik sampling menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Didalam *Nonprobability Sampling* terdapat *Sampling Purposive* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini merupakan teknik yang sangat cocok digunakan untuk penelitian kuantitatif. Maka dari itu penulis menggunakan teknik sampel *Nonprobability Sampling* dengan *Sampling Purposive* dalam penelitian ini, karena teknik sampel ini dianggap teknik yang paling cocok untuk kebutuhan penelitian penulis yaitu sampel yang dipilih oleh penulis adalah pihak tertuju yang dianggap paling baik untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Adapun ciri-ciri sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel pernah berkunjung ke restoran Jepang dan restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung
2. Sampel berusia 20-40 tahun

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang mengunjungi restoran Jepang dan Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung. Pengambilan sampel ini akan diambil sedemikian rupa sehingga sampel yang diperoleh benar-benar berfungsi dan menggambarkan populasi yang sebenarnya atau dengan kata lain sebagai *representatif* (mewakili), (Sugiyono, 2015:81).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan informasi data secara teoritis melalui buku-buku dan bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian guna memperoleh landasan dalam mengelola data dan dapat menarik kesimpulan.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:199).

3.6 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini memiliki sumber data yang terbagi menjadi dua jenis (Noor, 2013), yaitu:

- a. Sumber data primer, merupakan data yang didapatkan/diambil langsung dari sumbernya.
- b. Sumber data sekunder, merupakan data yang telah disusun, dikembangkan, dan diolah kemudian tercatat.

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No	Nama Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2009-2018	Web databoks.com	Sekunder
2.	Data Jumlah Restoran <i>All You Can Eat</i> yang ada di Bandung tahun 2020	Web Traveloka, <i>google maps</i> , <i>pergikuliner</i>	Sekunder
3.	Tanggapan Preferensi Konsumen tentang <i>price</i> di Restoran Jepang dan Korea <i>All You Can Eat</i> yang ada di Kota Bandung	Kuesioner	Primer
4.	Tanggapan Preferensi Konsumen tentang <i>quality of</i>	Kuesioner	Primer

	<i>service</i> di Restoran Jepang dan Korea <i>All You Can Eat</i> yang ada di Kota Bandung		
5.	Tanggapan Preferensi Konsumen tentang <i>branding</i> di Restoran Jepang dan Korea <i>All You Can Eat</i> yang ada di Kota Bandung	Kuesioner	Primer
6.	Tanggapan Preferensi Konsumen tentang <i>tangibles</i> di Restoran Jepang dan Korea <i>All You Can Eat</i> yang ada di Kota Bandung	Kuesioner	Primer
7.	Tanggapan Preferensi Konsumen tentang <i>quality of food</i> di Restoran Jepang dan Korea <i>All You Can Eat</i> yang ada di Kota Bandung	Kuesioner	Primer

Sumber: Olahan Penulis (2020)

3.7 Pengujian Alat Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Suharsimi Arikunto (2010:211) mengartikan bahwa yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, dan sebaliknya instrumen yang kurang berarti mempunyai tingkat validitas yang rendah.

Ghozali (2009) mengartikan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut ini merupakan rumus untuk menentukan validitas instrumen dengan teknik *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

n = Banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

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

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden, dimana r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana df (degree of freedom) = $n-2$ dengan α 0,05. Pertanyaan dianggap valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dan dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Uji validitas ini dilakukan terhadap tiap butir pertanyaan dengan bantuan aplikasi *SPSS 25.00*. Berikut merupakan hasil uji validitas pada preferensi konsumen dilihat dalam tabel 3.2 dan tabel 3.3

Tabel 3. 3 Validitas Preferensi Konsumen di Restoran Jepang

Ukuran	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga menu layak dan terjangkau	0,665	0,361	Valid
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,621	0,361	Valid
Restoran memberikan diskon pada setiap transaksi tertentu	0,689	0,361	Valid
Pegawai berpenampilan bersih, rapih dan menarik	0,777	0,361	Valid
Pegawai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	0,556	0,361	Valid
Pegawai cepat dalam merespon kebutuhan/ permintaan konsumen	0,828	0,361	Valid
Memiliki nama merek/ simbol yang mencerminkan karakteristik restoran	0,534	0,361	Valid
Memiliki slogan, <i>tagline</i> , <i>jingle</i> yang menarik minat konsumen	0,753	0,361	Valid

Menunjukkan bahwa merek/ simbol restoran berkualitas tinggi sehingga layak untuk direkomendasikan	0,824	0,361	Valid
Memiliki tempat parkir yang memadai dan aman	0,658	0,361	Valid
Memiliki fasilitas restoran yang lengkap (toilet, tempat ibadah, wifi)	0,756	0,361	Valid
Desain interior dan eksteriornya menarik dan menggambarkan karakteristik restoran	0,847	0,361	Valid
Restoran menyajikan menu yang bervariasi	0,883	0,361	Valid
Restoran menawarkan menu makanan lokal	0,543	0,361	Valid
Makanan dan minuman yang disajikan memiliki ciri khas	0,660	0,361	Valid
Makanan yang disajikan kepada konsumen sudah memenuhi standar kebersihan makanan	0,767	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data oleh penulis (2020)

Dari tabel 3.3 diatas validitas preferensi konsumen di restoran jepang dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan memenuhi kriteria dimana r hitung $>$ dari r tabel. Dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 3. 4 Validitas Preferensi Konsumen di Restoran Korea

Ukuran	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga menu layak dan terjangkau	0,628	0,361	Valid
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,595	0,361	Valid

Restoran memberikan diskon pada setiap transaksi tertentu	0,501	0,361	Valid
Pegawai berpenampilan bersih, rapih dan menarik	0,739	0,361	Valid
Pegawai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	0,581	0,361	Valid
Pegawai cepat dalam merespon kebutuhan/ permintaan konsumen	0,656	0,361	Valid
Memiliki nama merek/ simbol yang mencerminkan karakteristik restoran	0,671	0,361	Valid
Memiliki slogan, <i>tagline</i> , <i>jingle</i> yang menarik minat konsumen	0,657	0,361	Valid
Menunjukkan bahwa merek/ simbol restoran berkualitas tinggi sehingga layak untuk direkomendasikan	0,753	0,361	Valid
Memiliki tempat parkir yang memadai dan aman	0,514	0,361	Valid
Memiliki fasilitas restoran yang lengkap (toilet, tempat ibadah, wifi)	0,646	0,361	Valid
Desain interior dan eksteriornya menarik dan menggambarkan karakteristik restoran	0,719	0,361	Valid
Restoran menyajikan menu yang bervariasi	0,759	0,361	Valid
Restoran menawarkan menu makanan lokal	0,517	0,361	Valid
Makanan dan minuman yang disajikan memiliki ciri khas	0,661	0,361	Valid
Makanan yang disajikan kepada konsumen sudah memenuhi standar kebersihan makanan	0,698	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data oleh penulis (2020)

Dari tabel 3.4 diatas validitas preferensi konsumen di restoran korea dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan memenuhi kriteria dimana r hitung $>$ dari r tabel. Dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:268) reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Gozali (2009) mengartikan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan dengan suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala *likert* dari satu sampai lima. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
- $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- S_t = Varians total
- k = Jumlah item

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- b. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Robert M. Kaplan (1993:126) mengemukakan bahwa kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70. Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Kurang dari 0,20 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan

0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)

0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat

0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)

0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat

1,00 : Hubungan yang sempurna

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS 25.0 terhadap seluruh butir pertanyaan yang valid secara bersama-sama. Seluruh butir pertanyaan yang berjumlah 16 diuji secara bersama-sama. Nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 maka dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 5 Case Processing Summary

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Sumber data :Pengolahan data oleh penulis dengan SPSS 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 3.4 *Case Processing Summary*, pada 16 butir pertanyaan dapat diketahui bahwa tingkat validitasi seluruh butir pertanyaan adalah 100%. Sedangkan tabel 3.5 berikut ini merupakan tabel *Reliability Statistic*.

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3. 6 Reliability Statistic

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,933	16

Sumber data :Pengolahan data oleh penulis dengan SPSS 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 3.5 *Reliability Statistic* pada 16 butir pertanyaan, menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut *reliable*. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan lebih dari 0,70 yaitu 0,933.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian studi komparasi, dijelaskan dalam Sudjud dalam Tika (2002:236) penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan pandangan-pandangan orang, grup atau negara, terhadap kaus, terhadap orang atau terhadap ide-ide.

Teknis analisis data merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengukur, mengolah dan menganalisa data. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang nantinya akan berguna pada saat menentukan penarikan kesimpulan dan hasil serta untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan menginterpretasikan data-data dalam variabel preferensi konsumen agar lebih mudah dipahami dengan memberikan gambaran hasil data tersebut. Analisis deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variabel preferensi konsumen yang ada diantaranya:

- (1) Analisis deskriptif mengenai preferensi konsumen di Restoran Jepang *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung
- (2) Analisis deskriptif mengenai preferensi konsumen di Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung
- (3) Analisis deskriptif mengenai perbedaan preferensi konsumen di Restoran Jepang dan Restoran Korea *All You Can Eat* yang ada di Kota Bandung

Setelah melakukan analisis deskriptif, analisis selanjutnya dilakukan setelah keseluruhan data dari responden terpenuhi. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap berikut ini:

1. Penyusunan data, dilakukan dengan mengecek kelengkapan dari identitas responden sampai pengisian data yang sesuai tujuan penelitian;
2. Pemeriksaan kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;
3. Tabulasi data dengan;
 - a. Memberikan skor pada setiap item, *skala likert* yang digunakan memberikan lima jawaban dengan bobot nilai yang berbeda,
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Mengubah jenis data, dan
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Analisis data, dilakukan dari pengolahan data yang telah diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus-rumus statistik.

Untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan digunakan pendekatan skala likert. Menurut (Sugiyono 2014:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir soal instrumen. Adapun mengenai pemberian skor atau nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014:133)

Data yang diperoleh dalam bentuk *skala Likert* selanjutnya akan dibuat skoring dan kemudian digambarkan melalui tabel distribusi frekuensi untuk menganalisa data dalam bentuk garis kontinum dan interval. Untuk menganalisa setiap indikator atau pertanyaan, maka akan dihitung nilai frekuensinya pada setiap pilihan jawaban (kategori) dengan cara mengalikan dengan nilai skala dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum yang sebelumnya telah ditentukan jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus Jarak Interval sebagai berikut (Sudjana, 2005:79):

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

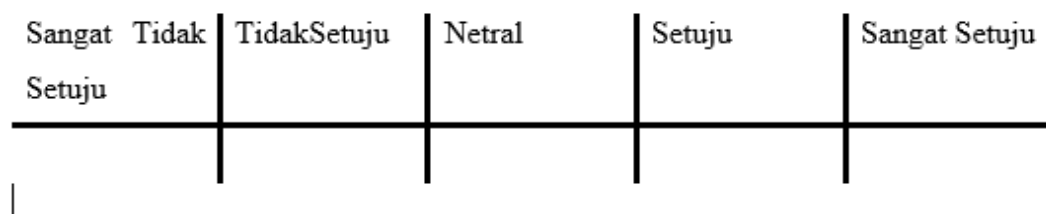
Dimana:

Jumlah Kriteria penataan = 5

Nilai Tertinggi = Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x 100

Nilai Terendah = Skor terendah x jumlah pertanyaan x 100

Jarak interval digunakan untuk menentukan nilai sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Selanjutnya jika nilai jarak interval sudah diketahui, maka penulis akan dengan mudah membuat jenjang pada garis kontinum seperti berikut:



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Garis kontinum diatas bertujuan untuk mengukur persentase mengenai pendapat masyarakat terhadap eksistensi kudapan kukus tradisional Sunda di Kota Bandung setelah diukur dengan menggunakan garis kontinum, maka peneliti dapat langsung menarik kesimpulan untuk setiap variabel yang dihitung.

2. Analisis Komparasi

Farah Kamilia, 2020

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RESTORAN ALL YOU CAN EAT YANG ADA DI KOTA BANDUNG (STUDI KOMPARASI PADA RESTORAN JEPANG DAN KOREA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis komparasi bertujuan untuk mengetahui dan atau menguji perbedaan dua kelompok atau lebih, pada penelitian ini untuk menguji dua kelompok yaitu preferensi konsumen restoran korea *all you can eat* dan preferensi konsumen restoran jepang *all you can eat*. Penelitian ini menggunakan penelitian Independen. Uji Beda T-Test dengan sampel independen digunakan untuk mengetahui signifikansi rata-rata antara sampel yang saling independen, yaitu melalui Independen-Sampel T-Test. Uji ini untuk menguji dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata yang berbeda. Tujuannya adalah membandingkan rata-rata dua jenis restoran *all you can eat* yang tidak berhubungan satu sama lainnya. Apakah kedua pasar ternak memiliki nilai rata-rata yang sama ataukah tidak sama secara signifikan.

Dibawah ini merupakan tahapan untuk melakukan Uji Beda T-Test

a. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis dilakukan untuk memenuhi beberapa syarat sebelum digunakan untuk menguji dan menganalisis hipotesis. Uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (a) uji normalitas, (b) uji homogenitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji dan mengetahui distribusi data bersifat normal atau tidak (Ghozali, 2002:36). Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25. Metode yang digunakan untuk mengetahui normalitas adalah menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Sarjono dan Julianita, 2011: 64):

1) Angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

2) Angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berikut rumus Kolmogorov-Smirnov yang dapat digunakan juga untuk pengujian :

$$D = (\text{Max} |iX|F_o) - S_N(iX)|$$

Keterangan:

D= Deviasi maksimum

$F_o(X_i)$ = Fungsi distribusi frekuensi kumulatif yang ditentukan

SN= Distribusi frekuensi kumulatif observasi

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui varians populasi, apakah populasi mempunyai varians yang sama atau beda. Uji homogenitas dilakukan sebagai alat acuan untuk menentukan keputusan uji statistik berikutnya. Menurut Joko Widiyanto (2010: 51) dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi atau Sig. < 0,05 maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok data adalah tidak sama (tidak homogen).
- 2) Jika nilai signifikansi atau Sig. > 0,05 maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok data adalah sama (homogen).

Pengujian homogenitas penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution*(SPSS) versi 25.

b. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan jika data penelitian telah memenuhi prasyarat analisis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji beda *Independent Sample t test*. *Independent Sample t test* adalah uji statistik parametrik untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan meandua kelompok data yang tidak saling berhubungan. Sesuai dengan penelitian ini, terdapat dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan, yaitu kelompok preferensi konsumen Restoran Jepang dan kelompok preferensi konsumen Restoran Korea.

