

BAB 3

METODE PENELITIAN

1.1 Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Wardiyanta (2006) menyebutkan bahwa penelitian merupakan sebuah cara untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Hubungan yang paling mendasari sebuah penelitian yaitu hubungan variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Di dalam penelitian ini tidak ada variabel bebas dan terikat karena menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan analisis faktor yang termasuk pada *Independence Technique*. Variabel yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi, atmosfer, merek, *tangibles*, *trustworthiness* dan promosi.

Objek penelitian ini dilakukan pada restoran yang berlokasi di Kota Bandung. Adapun responden dalam penelitian ini dibatasi oleh konsumen yang memiliki angka kelahiran 1995-2010 yang pernah mengunjungi restoran di Kota Bandung.

1.2 Metode Penelitian

Menurut Kerlinger (2004) penelitian survey merupakan penelitian yang mengkaji populasi yang bersifat besar maupun kecil dengan cara menyeleksi dan mengkaji sampel yang dipilih dari populasi tersebut yang bertujuan untuk menemukan insidensi, distribusi dan interelasi dari variabel. Penelitian survey dibagi menjadi dua kategori, yaitu survey deskriptif dan analitis. Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa sebuah data dengan cara menggambarkan atau mendefinisikan sebuah data yang terkumpul seadanya (Sugiyono, 2013:147). Survey analitis merupakan survey yang menjelaskan mengapa situasi itu ada. Survey ini mempelajari dua atau lebih variabel dalam menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian. Metode survey merujuk pada teknik kuesioner yaitu mengumpulkan data dengan

mengajukan pertanyaan baik secara lisan maupun tulisan (Wardiyanta, Metode Penelitian Pariwisata, 2006).

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menyajikan data responden sesuai data konsumen. Kemudian disajikan dengan cara deskriptif tujuannya agar memudahkan dalam menggambarkan suatu fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan cara sistematis, faktual dan akurat (Kusmayadi & Sugiarto, 2000). Metode kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positifisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data berupa instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang berfungsi sebagai penguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket kemudian data tersebut dijabarkan secara deskriptif. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen generasi z yang pernah mengunjungi restoran yang ada di kota Bandung. Kuesioner disebar secara online melalui media sosial seperti *Instagram*, *Line*, *Whatsapp* serta *Twitter* dan *facebook*. Konsumen yang mengisi angket memiliki kriteria tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Pengambilan data ini dimulai tanggal 20 Juni 2020 - 18 Juli 2020.

1.2.1 Populasi dan Sampel

1.2.1.1 Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian secara keseluruhan (Arikunto, 2013:173). Menurut Sugiyono (2014) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk kemudian dipelajari, dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang termasuk dengan populasi yaitu seluruh konsumen generasi z wisatawan Kota Bandung yang pernah mengunjungi restoran di kota Bandung.

1.2.1.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yang mana dalam teknik ini pengambilan sampel dilakukan tidak memberikan peluang/kesempatan bagi setiap umur populasi untuk kemudian dipilih menjadi bagian dari sampel (Sugiyono, 2017). Kemudian peneliti akan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang mana Menurut Sugiyono (2001) teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan sampel. Alasan pemilihan sampel dengan jenis ini yaitu karena tidak semua sampel memiliki karakteristik yang sudah ditentukan. Karena keterbatasan penulis tidak menyebarkan kuesioner secara langsung namun menggunakan data tertutup secara *online* kepada wisatawan yang pernah mengunjungi restoran di kota Bandung dengan rentang usia 11-25 tahun.

1.2.1.3 Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen wisatawan yang pernah mengunjungi restoran yang ada di Kota Bandung. Pengambilan sampel ini akan diambil dengan sedemikian rupa sehingga sampel yang diperoleh dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya atau dapat mewakili (*referesentatif*) (Sugiyono, 2015:81). Sugiyono (2008) juga menyebutkan bahwa sampel yang baik antara 30 – 500 responden. Dalam penelitian ini maka sampel yang diambil sebesar 200 responden.

1.3 Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No. Item
Faktor Pertimbangan Konsumen Generasi Z	Faktor pertimbangan atau preferensi konsumen	Kualitas Pelayanan	Layanan yang baik	Ordinal	X1
			Ketanggapan karyawan	Ordinal	X2
			Keramahan karyawan	Ordinal	X3
	konsumen merupakan	Kualitas Produk	Rasa makanan yang enak	Ordinal	X4
			Kualitas makanan yang	Ordinal	X5

dalam Memilih Restoran di Kota Bandung (X)	kesukaan, suatu pilihan atau sesuatu yang lebih disukai berdasarkan konsumen yang dapat terbentuk dari pemahaman serta ingatan konsumen melalui persepsi produk (Anggasari (2013))		baik		
			Kebersihan makanan	Ordinal	X6
		Harga	Kesesuaian harga dengan makanan	Ordinal	X7
			Harga terjangkau	Ordinal	X8
			Harga khusus keanggotaan	Ordinal	X9
			Harga diskon yang diberikan	Ordinal	X10
		Lokasi	Lokasi strategis	Ordinal	X11
			Akses menuju lokasi	Ordinal	X12
		Promosi	Kemenarikan promosi di media sosial	Ordinal	X13
			Rekomendasi dari teman	Ordinal	X14
		Atmosfer	Desain interior menarik	Ordinal	X15
			Desain eksterior menarik	Ordinal	X16
			Kenyamanan tata letak	Ordinal	X17
			Restoran memberikan kesan yang unik dan menarik	Ordinal	X18
			Restoran memiliki dekorasi yang trendi	Ordinal	X19
		<i>Tangible</i>	Tempat parkir yang luas	Ordinal	X20
			Fasilitas ibadah nyaman	Ordinal	X21
			Fasilitas toilet restoran bersih terawat	Ordinal	X22
			Fasilitas smoking area	Ordinal	X23
			Fasilitas <i>Wifi</i> atau internet gratis	Ordinal	X24
		<i>Trustworthiness</i>	Logo halal	Ordinal	X25
			Bahan baku makanan halal	Ordinal	X26
			Penilaian bintang	Ordinal	X27
		<i>Brand</i>	Nama restoran tersebut terkenal	Ordinal	X28

			Keunikan nama restoran	Ordinal	X29
--	--	--	------------------------	---------	-----

1.4 Jenis Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat Tahun 2013 – 2017	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2018
2	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat 2014-2017	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2018
3	Gambaran umum kota Bandung	Sekunder	
4	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Pemilihan Restoran	Primer	Konsumen restoran Kota Bandung

a. Data Primer

Data primer bersumber dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi oleh para konsumen generasi z atau yang mempunyai rentang usia 11-25 tahun yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan studi literatur dalam bentuk buku teks, jurnal lokal dan internasional, laporan penelitian terdahulu dan data statistik Badan Pusat Statistik yang ditransformasikan dalam bentuk tabulasi sehingga lebih mudah dalam melakukan pengolahan serta interpretasi data.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Mulyatiningsih (2013) Teknik pengumpulan data merupakan cara atau prosedur yang dilakukan untuk mendapatkan pengumpulan data. Teknik ini bertujuan dalam penelitian ilmiah sebagai untuk memperoleh bahan-bahan yang

akurat dan terpercaya. Metode atau teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

Melakukan teknik ini dengan cara mencari sumber data dari buku, internet, jurnal maupun hasil penelitian sejenis yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dan diteliti kemudian dijadikan sebagai landasan teori.

b. Studi Lapangan

Tujuan dilakukannya teknik adalah untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data primer menggunakan metode angket/kuisisioner, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan secara tertulis kepada konsumen. Angket ini terkait dengan variabel yang akan diteliti yaitu faktor pemilihan restoran.

1.6 Membuat Kuesioner

Setelah mengumpulkan beberapa literatur yang terkait dengan penelitian mengenai atribut yang terdapat dalam pemilihan tempat makan atau restoran, kemudian peneliti menetapkan 29 indikator dari atribut restoran yang didapatkan dan dikumpulkan dari beberapa literatur sebelumnya. Menurut Arikunto (2002) kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan dalam bentuk tulisan yang digunakan bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden berdasarkan laporan pribadinya dan hal-hal yang ia ketahui.

1.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang berfungsi untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pengumpulan data digunakan untuk membuktikan suatu hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya. Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dengan pendekatan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2012) berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari individu atau sekelompok individu tentang fenomena sosial. Setiap instrumen pertanyaan atau pernyataan memiliki jawaban yang mempunyai

gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dimana jawaban tersebut memiliki nilai atau tolak ukur untuk membedakan bobot seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Totak Ukur Skala Likert

No	Pernyataan	Tolak Ukur
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Normal	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: diolah penulis 2020.

1.6.2 Menyebar Kuesioner

Penelitian ini akan menyebar kuesioner kepada konsumen generasi z yang pernah berkunjung ke restoran yang ada di Kota Bandung untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah disusun peneliti. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang bersifat online dan tertutup. Kuesioner tersebut merupakan suatu pernyataan, responden hanya akan memilih jawaban dari pertanyaan sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Setelah mendapatkan data dari responden tahap selanjutnya yaitu memeriksa dan mengelompokan hasil pernyataan dari responden ke dalam skor yang telah ditentukan. Selanjutnya akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data tersebut karena menggunakan skala likert yang merupakan jenis data ordinal. Pertanyaan dari kuesioner tersebut kemudian akan dianalisis dan dikelompokkan menjadi beberapa faktor.

1.7 Uji Pengembangan Instrumen

1.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang dapat mengukur sejauh mana kevalidan suatu instrumen. Menurut Sugiyono (2012) uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Suatu data yang sudah terkumpul, maka data tersebut diolah dan ditafsirkan sehingga dari hasil uji

validitas tersebut dapat diperoleh hasil yang sama dengan objek yang diteliti. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung valid tidaknya suatu instrumen dengan menggunakan rumus korelasi *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 korelasi suatu butir atau item

XY = Jumlah perkalian item dengan total item

N = Banyaknya responden (sampel) dari variabel x, y, dan hasil kuesioner

X = Jumlah skor untuk indikator x

Y = Jumlah skor untuk indikator y

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

1. Item pernyataan atau pertanyaan responden penelitian dikatakan valid apabila r hitung > r tabel
2. Item pernyataan atau pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila r hitung < r tabel

Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat bebas n-2 (30 - 2 = 28) maka diperoleh nilai r tabel adalah 0,374.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Faktor

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Layanan yang baik	,611	0,374	Valid
2	Ketanggapan karyawan	,465	0,374	Valid
3	Keramahan karyawan	,485	0,374	Valid
4	Rasa makanan yang enak	,412	0,374	Valid
5	Kualitas makanan yang baik	,467	0,374	Valid
6	Kebersihan makanan	,498	0,374	Valid
7	Kesesuaian harga dengan makanan	,497	0,374	Valid

8	Harga terjangkau	,510	0,374	Valid
9	Harga khusus keanggotaan	,449	0,374	Valid
10	Harga diskon yang diberikan	,628	0,374	Valid
11	Lokasi strategis	,473	0,374	Valid
12	Akses menuju lokasi	,631	0,374	Valid
13	Kemenarikan promosi di media sosial	,684	0,374	Valid
14	Rekomendasi dari teman	,582	0,374	Valid
15	Desain interior menarik	,626	0,374	Valid
16	Desain eksterior menarik	,639	0,374	Valid
17	Kenyamanan tata letak	,541	0,374	Valid
18	Restoran memberikan kesan yang unik dan menarik	,690	0,374	Valid
19	Restoran memiliki dekorasi yang trendi	,706	0,374	Valid
20	Tempat parkir luas	,605	0,374	Valid
21	Fasilitas ibadah	,584	0,374	Valid
22	Fasilitas toilet restoran	,631	0,374	Valid
23	Fasilitas smoking area	,480	0,374	Valid
24	Fasilitas <i>Wifi</i> atau internet gratis	,433	0,374	Valid
25	Logo halal	,545	0,374	Valid
26	Bahan baku makanan halal	,485	0,374	Valid
27	Penilaian bintang	,474	0,374	Valid
28	Nama restoran tersebut terkenal	,514	0,374	Valid
29	Keunikan nama restoran	,592	0,374	Valid

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil uji validitas variabel atribut restoran pertimbangan generasi z dapat diketahui bahwa semua item pernyataan memenuhi kriteria dimana r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

1.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2002) Uji Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan bahwa suatu instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik dan menunjukkan sifat keterandalan tertentu. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut sudah dapat diandalkan jika dilakukan pengujian berulang kali akan memberikan jawaban yang relatif sama yang tidak berbeda jauh. Uji Reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan sebuah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari perubahan atau konstruk. Tinggi rendahnya suatu reliabilitas ditunjukkan secara empirik melalui angka yang disebut koefisien reliabilitas. Suatu koefisien yang tinggi ditunjukkan dengan nilai rxy yang mendekati angka 1. Nilai reliabilitas dianggap sudah cukup memuaskan apabila lebih dari 0,700 yang sudah disepakati secara umum. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS 25.0 terhadap seluruh bulit pernyataan yang valid secara bersama-sama. Nilai *Crobanch Alfa* >0,70 dikatakan reliabel.

Tabel 3.4 *Case Processing Summary*

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Case</i>	<i>Valid</i>	30	100
	<i>Excluded</i>	0	,0
	<i>Toal</i>	30	100
<i>a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.</i>			

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti dengan SPSS 25.0 2020

Berdasarkan tabel 3.4 *Case Processing Summary*, pada 29 bulir pernyataan dapat diketahui bahwa tingkat validasi seluruh pernyataan adalah 100%. Tabel 3.4 merupakan tabel *Realibility Statistic*.

Tabel 3.5 *Realibility Statistic*

<i>Realibility Statistic</i>	
<i>Crobach's Alpha</i>	N of Items
0,913	30

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti dengan SPSS 25.0, 2020

Berdasarkan Tabel 3.5 *Reliability Statistic* pada 29 pernyataan, menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut reliable. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan lebih dari 0,70 yaitu 0,913

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

1.7.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Hasil data dari penelitian ini merupakan data ordinal dimana data yang terkumpul perlu dilakukan perubahan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval (MSI)*. Untuk melakukan reduksi faktor-faktor yang saling terkait peneliti menggunakan model analisis faktor. Terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mentransformasi data menurut Al-Rasyid (1994:131) yaitu sebagai berikut :

- 1) Mencari frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban dari responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Melakukan perhitungan jawaban proporsi (ρ) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan frekuensi perhitungan yang diperoleh dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Setelah itu melakukan perhitungan proporsu kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z atau tabel normal pada setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- 5) Menentukan nilai *scale value* atau nilai rata-rata pada setiap pilihan jawaban melalui persamaan $scale\ value = \frac{(Density\ At\ Lower\ Limit)-(Density\ At\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit)-(Area\ Below\ Lower\ Limit)}$
- 6) Melakukan perhitungan nilai transformasi pada setiap pilihan jawaban dengan rumu persamaan berikut :

Nilai hasil transformasi : score = scale value_{minimum} + 1

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

1.8 Uji Hipotesis

Tujuan uji hipotesis ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat faktor membentuk yang baru mengenai pertimbangan memilih restoran dari persepsi generasi z diantaranya mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi, lokasi, *atmosphere, trustworthiness, brand, dan tangibles* dengan menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis*. Berdasarkan judul penelitian dan konsep hipotesis ini maka penulis mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga pembentukan faktor baru mengenai keputusan memilih restoran.

1.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan analisis yang memiliki tujuan untuk mencari faktor utama yang paling berpengaruh atau paling dominan dalam mempengaruhi variabel dari serangkaian pengujian yang dilakukan dengan variabel *independent* sebagai faktornya. Variabel baru yang disebut faktor dengan jumlah lebih sedikit dari jumlah variabel asli dengan mereduksi variabel tersebut.

1.9.1 Definisi Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan sebuah model dimana tidak terdapat variabel bebas dan terikat. Analisis faktor tidak mengelompokkan variabel bebas dan terikat namun mencari hubungan interdependensi antar variabel untuk memperoleh dimensi-dimensi serta faktor yang menyusunnya teridentifikasi. Analisis ini pertama kali digunakan dengan tujuan utama yang menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, yang mana faktor tersebut merupakan suatu besaran acak yang dapat diamati secara langsung. Analisis ini pertama kali dilakukan oleh Charles Spearman.

Sedangkan menurut Wibisono (2003:239-240) menyebutkan bahwa analisis ini memiliki fungsi sebagai jaminan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner dapat mempersentasikan dengan baik sebuah variabel yang diselidiki.

Metode ini dapat menyederhanakan hubungan yang kompleks serta beragam dari sekumpulan variabel penelitian yang sama.

1.9.2 Tujuan dan Fungsi Analisis Faktor

Analisis faktor memiliki fungsi guna mengidentifikasi sejumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menjelaskan sejumlah besar variabel yang saling berhubungan. Hasil yang di dapat adalah variabel yang ada dalam satu faktor mempunyai korelasi yang tinggi, sementara korelasi dengan faktor lainnya relatif lebih rendah. Menurut Wijaya (2010:101-102) terdapat dua fungsi analisis faktor yaitu *explanatory* yaitu mengelompokkan faktor yang acak dan *confirmatory* yaitu mengkonfirmasi kesesuaian faktor. Tujuan analisis faktor menurut (Santoso, 2006) yaitu :

- a. *Data Summarization*, yaitu mengidentifikasi adanya hubungan variabel satu dengan lainnya dengan melakukan uji korelasi. Apabila uji korelasi dilakukan antar variabel maka analisis tersebut dinamakan *R Factor Analysis*.
- b. *Data Reduction*, yaitu proses setelah dilakukan proses data *summarization* dengan membuat variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

1.9.3 Asumsi Analisis Faktor

Menurut Santoso (2006:13) menyebutkan bahwa pada analisis faktor ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

- a) Korelasi antar variabel independen harus cukup kuat yaitu diatas 0,5.
- b) Korelasi Parsial. Besar kondisi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil. Pada SPSS pendeteksian terhadap korelasi parsial dapat dilihat melalui pilihan *Anti-Image Correlation*.
- c) Melakukan uji seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel) yang diikut dengan besaran *Barlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequancy* (MSA). Dalam uji ini diharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit beberapa variabel.

- d) Pada beberapa kasus, uji normalitas dari variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi.

1.9.4 Tahap Analisis Faktor

Proses dasar analisis faktor menurut wijaya (2010) meliputi sebagai berikut:

- a) Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis
- b) Melakukan pengujian variabel menggunakan *Bartlett's Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Tahap ini bertujuan untuk menyaring sejumlah variabel sehingga mendapatkan variabel yang memenuhi syarat untuk dilakukan analisis. Pada uji *Kaiser Meyer Oikin* (KMO) *Measure of Sampling Adequacy* digunakan untuk meneliti tepat tidaknya analisis faktor. Nilai tinggi antara 0,5 – 1,0 berarti penggunaan analisis faktor dikatakan tepat, sementara apabila kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat.
- c) Proses pemfaktoran (*factoring*), pada tahap ini dilakukan proses ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Pada tahap ini tabel *communalities* akan muncul menunjukkan jumlah faktor atau variasi dari suatu variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai *communalities* dikatakan variabel tersebut tidak berkorelasi dengan variabel yang lain apabila nilainya berada diantara 0,0 sampai 1,0 yaitu terdapat banyak variansi variabel secara sempurna yang disebabkan oleh sejumlah faktor bersama. Setelah itu akan muncul tabel *total variance explained* yang menampilkan *eigenvalues* masing-masing faktor. Semakin besar *eigenvalue* masing-masing faktor, maka faktor tersebut semakin reliabel untuk mewakili sekelompok variabel.
- d) Proses Rotasi yang memiliki fungsi sebagai mereduksi beberapa faktor yang bersifat ambigu. Rotasi sederhana menggunakan *orthogonal rotation*, yang mana hal ini mempertahankan sumbu 90°. Metode yang digunakan untuk merotasi faktor adalah *varimax* yang hasilnya dapat dilakukan satu literasi.

Metode ini dapat memiliki loading tinggi atau mendekati tinggi faktor yang sama.

- e) Interpretasi faktor yang terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk yang dianggap dapat mewakili variabel tersebut.

Pada penelitian ini, proses analisis dilakukan sampai tahap interpretasi faktor serta memberikan nama pada faktor yang terbentuk karena pada penelitian ini hanya menganalisis faktor-faktor yang akan terbentuk kemudian akan terlihat faktor apa saja yang menjadi pertimbangan generasi Z dalam memilih restoran di Kota Bandung.