3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian Faktor-faktor yang Membentuk Keputusan Pembelian *Food Souvenir* Wisatawan Indonesia akan menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2010), penelitian eksploratif merupakan penelitian yang berusaha menggali tentang sebab-sebab terjadinya sesuatu. Penelitian eksploratif bersifat berusaha menggali pengetahuan baru untuk mengetahui suatu permasalahan yang sedang atau dapat terjadi. Sedangkan menurut Yusuf (2017), penelitian eksploratif merupakan studi dengan melakukan penelusuran, terutama dalam pemantapan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup yang penelitian yang lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar. Tujuan dari penelitian eksploratif adalah untuk menyelidiki mengenai suatu masalah yang belum diteliti atau bahkan belum diselidiki dengan secara menyeluruh di masa lalu. Penelitian eksploratif juga dilakukan untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang suatu permasalahan yang ada tetapi hasilnya biasanya tidak mengarah pada suatu hasil yang bersifat konklusif (detikEdu, 2021). Metode penelitian eksploratif dianggap sesuai dengan penelitian ini, di mana bertujuan untuk menggali atau mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang membentuk keputusan pembelian *food souvenir* oleh wisatawan di Indonesia.

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2003). Menurut Sekaran & Bougie (2016) penelitian kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang menggambarkan karakteristik objek, peristiwa atau situasi.

3.2 Gambaran Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau sesuatu yang akan diteliti (Handayani, 2020). Dalam penelitian ini, populasi yang akan diambil atau diteliti adalah wisatawan lokal di Indonesia yang pernah melakukan perjalanan atau kegiatan berwisata di Indonesia.

3.2.2 Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut

prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sedangkan menurut Riduwan (2003), sampel merupakan bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Melalui dua teori yang dipaparkan, hal ini menunjukkan bahwa peneliti tidak perlu meneliti seluruh populasi karena hasil dari sampel akan menggambarkan atau mewakili populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017), pengambilan sampel dilakukan oleh peneliti karena adanya beberapa kondisi, alasan dan kondisi yang paling relevan adalah karena jumlah suatu objek penelitian sangat besar dan sangat tidak mungkin meneliti objek satu per satu secara keseluruhan. Melalui buku Statistik Dasar karya Dameria Sinaga (2014), metode penelitian sampel yang ideal memiliki ciri-ciri dapat memberikan gambaran yang akurat tentang populasi, dapat menentukan presisi, sederhana sehingga mudah dilaksanakan, dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya murah. Selain itu, menurut buku tersebut, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan besar sampel yaitu:

- Derajat keseragaman dari populasi (*completely heterogeneous*)
- Presisi yang dikehendaki dari penelitian
- Rencana analisis
- Tenaga, biaya dan waktu
- Besar populasi

Melalui hal-hal tersebut dapat disimpulkan, semakin besar sampel maka semakin tinggi tingkat presisi yang didapatkan. Presisi merupakan *standard error*, nilai rata-rata populasi dikurangi nilai rata-rata sampel.

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum mengenai menentukan ukuran sampel, yaitu:

- Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- Jika sampel dipecah dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
- Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
- Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Sedangkan menurut Arikunto (2008), penentuan pengambilan sampel adalah apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung sedikit banyaknya. Sampel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah 390 sampel. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) di mana sampel minimum 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan sampel para wisatawan Indonesia atau lokal yang pernah berwisata di dalam negeri atau Indonesia. Metode sampling yang akan peneliti lakukan adalah *Non-probability sampling* dengan metode khusus *purposive sampling*.

- *Non-probability sampling* → Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018).
- *Purposive sampling* → Pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Berikut adalah kriteria dari *purposive sampling* yang akan kami lakukan:

- Responden berada pada rentan usia 18-70 tahun.
- Responden merupakan warga lokal atau warga negara Indonesia yang pernah melakukan kegiatan wisata dalam negeri selama 2 tahun terakhir.
- Responden pernah melakukan kegiatan berbelanja *food souvenir* saat pergi berwisata.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sebuah atribut, sifat, nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Kemudian terdapat pula menurut Sugiyono (2017), variabel yang mempengaruhi perubahan atau dapat memunculkan variabel dependen disebut variabel independen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel independen yaitu *food souvenir*. Variabel ini diteliti untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang membentuk keputusan pembelian *food souvenir* wisatawan Indonesia. Definisi operasional variabel *Food Souvenir* merupakan hasil modifikasi Teori *Food Souvenir* oleh Sims (2009) & Suhartanto, Ruhandi, dan Triyuni (2016) dengan Teori Souvenir oleh Said (1992). Indikator dari *food souvenir* sendiri mengambil acuan dari jurnal "*Seek common ground local culture while reserving difference: Exploring types of souvenir attributes by Ethnic Chinese people.*" oleh Te-Yi Chang, Shih-Feng Hung and Shu Tang (2022).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian Teori + Objek	Indikator
<p><i>Food souvenir :</i></p> <p>Makanan lokal yang merupakan simbol tempat wisata di Indonesia, dan dijadikan sebagai kenang-kenangan yang dapat dihadiahkan, disimpan, atau dibeli dari suatu tempat yang dikunjungi.</p>	<p><i>1. Good taste</i> Makanan lokal Indonesia yang memiliki cita rasa yang baik dan lezat. Indikator yang digunakan untuk variabel ini adalah: 1.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> berdasarkan rekomendasi dan ulasan baik dari orang lain. 1.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang baunya menggugah selera. 1.3 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang menurut saya rasanya lezat.</p> <p><i>2. Shareability</i> Oleh-oleh makanan lokal Indonesia yang kemasannya harus mudah untuk dibagikan. Indikator yang digunakan untuk variabel ini adalah: 2.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> berupa <i>individually packaged snack</i>. 2.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang bisa dimakan rame-rame.</p> <p><i>3. Convenient</i> Oleh-oleh makanan lokal Indonesia yang mudah dibawa dan disimpan dan lokasi tokonya mudah ditemukan. Indikator yang akan digunakan untuk variabel ini adalah: 3.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang packagingnya kecil sehingga mudah untuk dibawa pulang. 3.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang tidak mudah basi atau <i>expired datenya</i> masih lama. 3.3 Saya meluangkan waktu khusus untuk pergi ke toko souvenir tertentu (Jika hanya membeli di toko yang sekalian lewat saja, maka silahkan menjawab tidak setuju). 3.4 Saya mempertimbangkan berat dan ukuran dari <i>food souvenir</i> sebelum membelinya.</p> <p><i>4. Nostalgia and Unique</i> Oleh-oleh makanan lokal Indonesia harus unik dan melambangkan keaslian dan karakteristik suatu tempat serta mampu membawa nostalgia dari suatu daerah atau memori perjalanan.</p>

	<p>Indikator yang akan digunakan untuk variabel ini adalah:</p> <p>4.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang memiliki rasa khas daerah tertentu (Contoh: Petis khas Surabaya, Bumbu Rajang khas Bali).</p> <p>4.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang mempunyai nilai historis dalam hidup saya (Contoh : Makanan yang pernah saya makan waktu kecil).</p> <p>4.3 Saya membeli oleh-oleh <i>food souvenir</i> yang dapat membantu orang lain untuk mengingat kenangan masa lalunya (Contoh: Makanan yang membangkitkan memori kebersamaan).</p> <p>4.4 Saya membeli <i>food souvenir</i> karena <i>design packagingnya</i> yang unik.</p> <p style="text-align: center;"><i>5. Human warmth</i></p> <p>Oleh-oleh makanan lokal Indonesia mewakili kehangatan dan emosi yang mereka rasakan selama perjalanan untuk dibagikan kepada keluarga dan teman, selain itu sebagai bentuk kasih atau kebaikan sang pemberi pada orang lain.</p> <p>Indikator yang akan digunakan untuk variabel ini adalah:</p> <p>5.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> karena merasakan keramahan dari penjual.</p> <p>5.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> dengan memperhatikan selera dari orang yang akan saya beri.</p> <p>5.3 Saya mempertimbangkan kebermaknaan sebuah <i>food souvenir</i> bagi orang lain sebelum membeli dan memberikannya (Contoh: Makanan favorit masa kecil orang tersebut).</p> <p style="text-align: center;"><i>6. Authenticity</i></p> <p>Makanan lokal Indonesia sebagai ekspresi dari daya tarik wisata, pengalaman, dan kualitas souvenir sehubungan dengan tradisi, orisinalitas, keunikan atau sesuatu yang spesifik secara lokal.</p> <p>Indikator yang akan digunakan untuk variabel ini adalah:</p> <p>6.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> dengan rasa autentik khas kota yang saya datangi (Contoh: Rujak cingur di Surabaya).</p> <p>6.2 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang diproduksi menggunakan bahan-bahan khas daerah kota yang saya kunjungi (Contoh: Buah terkenal dari kota Dieng adalah carica. Ketika saya berkunjung ke Dieng saya akan membeli <i>food souvenir</i> yang berasal atau</p>
--	--

	<p>terbuat dari carica).</p> <p>6.3 Saya membeli food souvenir jadul dari daerah yang saya kunjungi (Contoh: Saya membeli kue spekkoek / speculaas / roti ganjel rel saat berkunjung ke Semarang).</p> <p>7. <i>Famous and Representative.</i> Oleh-oleh makanan lokal Indonesia yang memiliki karakteristik dan brand awareness yang kuat menjadikan wisatawan bergantung pada oleh-oleh tersebut dengan keyakinan bahwa hanya produk ini yang ada cukup merepresentasikan tempat tersebut. Indikator yang akan digunakan untuk variabel ini adalah:</p> <p>7.1 Saya membeli <i>food souvenir</i> dari <i>brand</i> ternama di kota tempat saya berwisata (Contoh: Saya membeli Loempia Gang Lombok ketika pergi ke Semarang).</p> <p>7.2 Saya membeli oleh-oleh <i>food souvenir</i> yang terkenal di kota tempat saya berwisata (Contoh: Saya membeli Loempia ketika pergi ke Semarang).</p> <p>7.3 Saya rela memberi <i>effort</i> lebih untuk membeli <i>food souvenir</i> yang terkenal.</p> <p>7.4 Saya ikut membeli <i>food souvenir</i> yang sering dibeli oleh para wisatawan lainnya.</p> <p>7.5 Saya membeli <i>food souvenir</i> yang memiliki <i>packaging</i> dengan <i>symbol of famous landmark</i> atau karakteristik lokal (Contoh: Ketika pergi ke Bali saya membeli oleh-oleh dengan <i>packaging</i> yang mewakili suasana dan tradisi Bali seperti bunga jempiring atau penari Bali).</p>
--	---

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Djaman Satori & Aan Komariah (2011) adalah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, sebagai berikut :

- Studi Pustaka

Penelitian kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat literatur , jurnal, buku, tesis, dokumen, website dan berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin diteliti (Sugiyono, 2018).

- Studi Lapangan

Dalam studi lapangan, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian kuantitatif metode survei adalah salah satu metode yang akan mendapatkan data

saat ini berupa keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku serta hubungan antar variabel menurut (Sugiyono, 2018). Kuesioner ini akan disebarakan secara daring melalui beberapa media sosial seperti, *instagram, whatsapp, line* dalam bentuk *link google form*. Kuesioner penelitian ini akan terbagi menjadi 4 bagian yaitu, bagian pertama berupa pertanyaan *screening* yang menyeleksi apakah pengisi data sudah memenuhi kualifikasi responden yang dibutuhkan. Kemudian bagian kedua dan ketiga berupa profil dan preferensi dari responden, bagian keempat merupakan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang membentuk keputusan pembelian *food souvenir* wisatawan Indonesia. Penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 kategori, sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3.5 Teknik Analisa Data

3.5.1 Pengolahan Data dan Penyajian Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk analisis data, sedangkan penyajian data menggunakan tabel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, analisis statistik deskriptif, dan analisis faktor konfirmatori.

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019). Cara untuk menguji validitas adalah pertama membuat kuesioner kemudian menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran uji validitas *product moment pearson correlation*. Teknik uji ini adalah dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total dari semua item yang ada dengan menggunakan *software SPSS*. Analisis ini dilakukan dengan uji 2 sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

- Jika hasil menunjukkan $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan berkorelasi (valid) (Perdana, 2016).

- Jika hasil menunjukkan $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan tidak berkorelasi (tidak valid) (Perdana, 2016).

3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Atau dengan artian untuk memperoleh data yang reliabel dibutuhkan tingkat konsistensi yang baik. Dengan menggunakan data yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas kemudian akan diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas ini menggunakan program *SPSS 2023 for windows* dengan nilai Cronbach's alpha >0.6 sebagai batas nilainya. Apabila nilai reliabilitas suatu kuesioner berada >0.6 maka dinyatakan kuesioner reliabel.

3.5.4 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018). Kegunaan statistik deskriptif ini adalah untuk menggambarkan suatu keadaan dengan apa adanya secara obyektif tanpa dipengaruhi dari dalam diri peneliti atau secara subyektif. (Aditya Nugroho, 2013). Dalam penelitian ini akan dicari :

- Mean

Mean atau rata-rata adalah suatu ukuran pusat data bila data itu diurutkan dari bilangan yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya. Mean menjadi cara untuk mengukur lokasi pusat untuk variabel atau data dengan skala minimal atau rasio, dimana jumlah keseluruhan score atau nilai dibagi oleh keseluruhan anggota atau objek pengamatan (Sekaran dan Bougie, 2016).

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Gambar 3.1 Interval Kelas

Dengan hasil interval kelas 0.8 dapat disimpulkan bahwa jarak antara interval satu dengan yang lain adalah 0,8. Berdasarkan hasil perhitungan ini maka interpretasi nilai mean yang nantinya diperoleh adalah sebagai berikut:

1.00-1.80 = Sangat tidak setuju

1.81-2.60 = Tidak setuju

2.61-3.40 = Cukup Setuju

3.41-4.20 = Setuju

4.21-5.00 = Sangat setuju

- Standar Deviasi

Standar deviasi merupakan akar dari varians atau akar dari jumlah kuadrat semua deviasi nilai-nilai individu terhadap rata-rata kelompok. Standar deviasi digunakan untuk melakukan pengukuran penyebaran data relative dalam suatu sampel dari nilai mean (Sudibyo,2022). Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai standar deviasi adalah sebagai berikut :

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

Gambar 3.2 Rumus Standar Deviasi

Sumber : (Nahriyah,2015). *Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) untuk Mengukur Resiko Kesehatan Lingkungan di Kepulauan Sulawesi.*

3.5.5 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Analisis faktor adalah sebuah model, dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Analisis faktor pertama kali dilakukan oleh Charles Spearman, dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (random quantities) yang dapat diamati atau diukur secara langsung. Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut (Jonathan Sarwono, 2006).

Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor konfirmatori yang di mana analisis ini merupakan suatu teknik di mana secara apriori, teori, dan konsep telah diketahui atau ditentukan terlebih dahulu indikator-indikator yang digunakan dan variabel-variabel mana saja yang masuk ke dalam indikator tersebut. Menurut Herdi Jayakusumah (2010) terdapat beberapa tahapan dalam analisis faktor, sebagai berikut :

- Menguji variabel apa saja yang akan dianalisis.
- Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan
- Melakukan proses inti analisis faktor, yakni factoring, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
- Melakukan proses factor rotation atau rotasi terhadap faktor yang terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.
- Interpretasi atau faktor yang telah terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut.
- Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

Dalam analisis faktor konfirmatori terdapat 6 langkah uji yang harus dilakukan, meliputi :

- *Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test*
- *Anti Image Correlation Test*
- *Communality Test*
- *Total Variance Explained Test*
- *Rotated Component Matrix*