

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah “cara sebuah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data guna mencapai tujuan tertentu.” **Umi Narimawati (2010 : 29)**.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dgn pendekatan metode verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017 : 19):

“Metode deskriptif adalah metode yang bermaksud menggambarkan suatu kondisi atau nilai dari satu atau lebih variabel secara mandiri”.

Sedangkan menurut **Umi Narimawati** dalam **Handoko (2015 : 5)**:

“Metode verifikatif adalah memeriksa benar atau tidaknya ketika dijelaskan untuk menguji suatu cara baik dengan atau tanpa perbaikan, yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan cara mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.”

Tujuan dari metode verifikatif ini adalah sebuah pembuktian untuk menguji hipotesis hasil dari penelitian deskriptif melalui perhitungan statistik, penelitian yang digunakan untuk pengujian variabel X1 dan X2 dan pengaruhnya terhadap Y yang akan dijadikan penelitian. Sehingga didapat pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak. Dengan menggunakan metode penelitian, akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y yang

diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan menggambarkan objek yang diteliti lebih jelas.

3.1.1 Desain Penelitian

Menurut **Husein Umar** dalam **Sunarto (2015:196)**:

“Desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyelidikan yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian”.

Susunan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mencari dan menetapkan fenomena sesuai fakta yang ada pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang terjadi pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung. Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *Korean Wave* (variabel X_1) dan Sosial Media (variabel X_2) serta Keberhasilan Usaha (variabel Y), lalu dibuat hipotesisnya.
3. Menetapkan tujuan dari penelitian yang dilakukan peneliti pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.
4. Menetapkan hipotesis sesuai dengan fakta dan fenomena yang terjadi pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.
5. Memilih dan memberi definisi terhadap setiap variabel. Karena data yang diukur berupa tingkatan, maka pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Pada skala ini, pernyataan

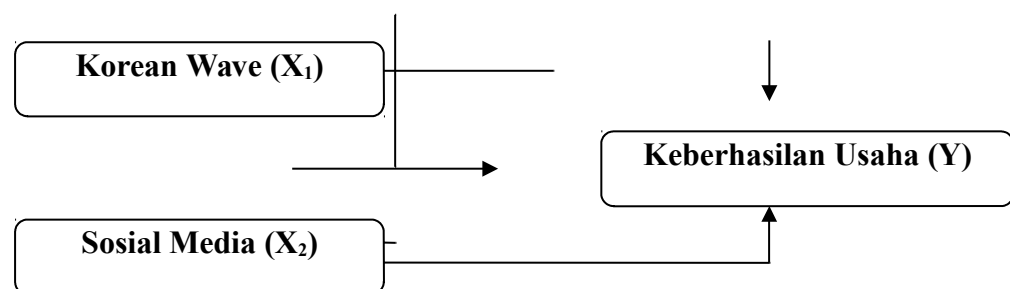
diungkapkan melalui kata-kata ; Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

6. Mengumpulkan dan menetapkan data-data tentang Pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.
7. Melakukan analisis tentang Pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.
8. Menyimpulkan hasil penelitian, sehingga akan memperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah yang ada dalam penelitian.

Berdasarkan susunan desain penelitian di atas, maka dapat di gambarkan desain dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan hubungan antara dua variabel bebas yang secara bersamaan memiliki hubungan dengan satu variabel tidak bebas.

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit analisis	Time Horizon
T-1	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-2	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-3	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-4	<i>Descriptive & Verifikatif</i>	<i>Descriptive dan Explanatory Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-5	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-6	<i>Descriptive & Verifikatif</i>	<i>Descriptive dan Explanatory Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>
T-7	<i>Descriptive & Verifikatif</i>	<i>Descriptive dan Explanatory Survey</i>	<i>Owner restoran</i>	<i>Cross Sectional</i>

3.1.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pengertian variabel menurut **Sugiyono (2017:66)** adalah: “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diperoleh informasi lalu ditarik kesimpulannya.”

Untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian diperlukan Operasional Variabel, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara benar dan sesuai dengan alat bantu statistik.

Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (Variabel X)

Menurut **Umi Narimawati (2008 : 40)** “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain yang variabelitasnya diukur, dimanipulasi, atau

dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diobservasi.”

Sedangkan menurut **Sugiyono (2017 : 68)** “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).”

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Variabel Y)

Umi Narimawati (2010 : 40), “Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang memberikan respon jika dihubungkan dengan variabel bebas yang variabelitasnya diamati dan diukur untuk menentukan arah dan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.”

Sedangkan menurut **Sugiyono (2017 : 68)** “Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Untuk lebih jelasnya, akan penulis uraikan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

- a *Korean Wave* sebagai variabel independen (bebas) dengan simbol X1, Variabel independen adalah variabel bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini adalah salah satu faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel terikat.
- b Sosial Media sebagai variabel independen (bebas) dengan simbol X2, Variabel independen adalah variabel bebas, dimana keberadaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini adalah salah satu faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel terikat.

- c Keberhasilan Usaha sebagai variabel dependen (terikat) dengan simbol Y. Variabel dependen adalah variabel terikat, dimana keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dijabarkan pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Korean Wave (X1)	Dimension of Korean Popular Culture are Role Model and the Expression of Idolization.	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah orang yang dijadikan <i>Role Model</i>/panutan 	Tingkat jumlah orang yang dijadikan panutan	O R D I N A L
	Ariffin (2013:22) (Terjemahan) Dimensi dari budaya populer Korea adalah <i>Role Model</i> (panutan) dan ekspresi/perilaku pemujaan.	<ul style="list-style-type: none"> Ekspresi/perilaku pemujaan <ul style="list-style-type: none"> Peniruan terhadap sesuatu yang menjadi inspirasi Pengetahuan dan pola konsumsi terhadap hal yang sedang tren 	Tingkat peniruan terhadap sesuatu yang dijadikan inspirasinya Tingkat pengetahuan dan pola konsumsi terhadap hal yang sedang tren	
Sosial Media (X2)	Indikator sosial media adalah :	<ul style="list-style-type: none"> Konteks/pembentukan sebuah pesan 	Tingkat pembentukan sebuah pesan	O R D I N A L
	1. Context (Konteks) 2. Communication (Komunikasi) 3. Collaboration (Kolaborasi)	<ul style="list-style-type: none"> Berkomunikasi dengan saling merespon 	Tingkat responsivitas dalam berkomunikasi	

	<p>4. Connection (Hubungan)</p> <p>Hauer(2010 : 262) dalam Jovita & Indika (2017 : 28)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kolaborasi/kerjasama untuk ke-efektifan percakapan 	Tingkat kerjasama untuk ke-efektifan percakapan	
		<ul style="list-style-type: none"> • Terpeliharanya suatu hubungan 	Tingkat terpeliharanya suatu hubungan	
<p>Keberhasilan Usaha (Y)</p>	<p>Indikator keberhasilan usaha sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume penjualan 4. Output produksi 5. Tenaga Kerja <p>Suryana (2009 : 85)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Modal dalam usaha restoran <ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan modal pribadi - Penggunaan modal kredit 	<p>Tingkat penggunaan modal sendiri</p> <p>Tingkat penggunaan modal kredit dari bank</p>	O R D I N A L
		<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan usaha dalam kuliner Korea 	Tingkat pendapatan usaha kuliner Korea	
		<ul style="list-style-type: none"> • Volume penjualan selalu meningkat 	Tingkat jumlah penjualan produk selalu meningkat	
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Output</i> produksi 	Tingkat jumlah <i>output</i> produksi	
		<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga Kerja dalam restoran <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan yang cekatan 	Tingkat kecekatan karyawan dalam melakukan	

		- Jumlah karyawan yang banyak	kegiatan pelayanan	
			Tingkat jumlah karyawan yang ada	

3.1.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.1.3.1 Sumber Data

Sumber data diperlukan untuk sebuah penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Menurut **Sugiyono (2017 : 456)** “sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Data primer digunakan karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan dari objek utama yang akan diteliti secara langsung. Dalam penelitian ini data primer diambil langsung dari seluruh *owner* maupun manajer atau *supervisor* pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berfungsi sebagai pelengkap dari data primer dan merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya dari pihak kedua yang mengolah data keperluan orang lain. Menurut **Sugiyono (2017 : 456)** “sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Data sekunder dapat diperoleh dari orang lain atau dokumen, baik dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur ataupun data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Data sekunder digunakan karena peneliti mengumpulkan informasi dari data dari website-website di internet, yaitu informasi mengenai data-data terkait

dengan Restoran-restoran Korea di Kota Bandung, data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, berbagai literatur, situs internet, buku-buku, makalah, disertasi, thesis, dan catatan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.1.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data, terlebih dahulu penulis kemukakan tentang populasi dan sampel.

1. Populasi

Menurut **Sugiyono (2017:136)** “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.” Jadi populasi tidak hanya terbatas pada orang, namun juga objek dan benda alam yang lain.

Berdasarkan pengujian populasi, yang menjadi anggota populasi adalah para owner maupun manajer atau supervisor di Restoran-restoran Korea di Kota Bandung yang berjumlah 30 restoran.

2. Sampel

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*, *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi guna dipilih menjadi sampel. Jumlah populasi dalam penelitian ini relatif kecil, karena semua anggota populasi yang dijadikan sampel adalah 30, maka dari itu metode yang digunakan di dalam penarikan sampel yaitu metode *sampling* jenuh atau sensus **Sugiyono (2017 : 137)**

Menurut **Sugiyono (2017 : 144)** menjelaskan pengertian *sampling* jenuh, yaitu sebagai berikut :

“sampling jenuh adalah sampel yg apabila ditambahkan jumlahnya tak akan menambah keterwakilan sehingga tidak mempengaruhi nilai informasi yang diperoleh”

Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil, 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Dengan merujuk pendapat Sugiyono tersebut, maka peneliti bermaksud menjadikan seluruh populasi sebagai objek penelitian karena jumlah populasi yang akan diteliti kurang dari 100, yaitu *owner* 30 Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti, seperti

- a. Kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. **Sugiyono (2017 : 225)**. Penulis melakukan survei awal dengan menggunakan kuesioner kepada 12 responden di Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.
- b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan para *owner*, manajer, dan supervisor Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

c. Dokumentasi

Dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumentasi lain dari berbagai organisasi yang ada kaitanya dengan permasalahan yang diteliti.

d. Observasi (*observation*)

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung guna memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian.

2. Studi Kepustakaan (*Libary Research*), yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen Dinas dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.1.4.1 Uji Validitas

Umi Narimawati (2010 : 42) mengemukakan definisi mengenai validitas: *“Validity is a characteristic of measurement concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure.”*

Berdasarkan definisi diatas, validitas yaitu suatu karakteristik dari ukuran yang terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

$r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}}$ maka tidak valid

r hitung > r kritis maka valid

Untuk menguji validitas instrumen penelitian yang penulis lakukan, penulis menggunakan program *excel* dalam tabulasi data, kemudian data tersebut di MSI untuk mendapatkan skala tertinggi (interval) dan memasukkan data tersebut ke dalam program SPSS 25 for windows. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Korelasi Pearson (*Product Moment Pearson*) dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{N\sum(XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Bisa juga menggunakan

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

$\sum X$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum Xn$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Yn$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Y yang Telah Dikuadratkan

Dengan ketentuan apabila r lebih besar atau sama dengan 0,300, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut

memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Tetapi apabila r lebih kecil dari 0,300, maka item tersebut dikatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel.

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut **Arikunto (2009 : 164)** dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Butir Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Korean Wave	1	0.934	0.300	Valid
	2	0.931	0.300	Valid
	3	0.950	0.300	Valid
Sosial Media	4	0.915	0.300	Valid
	5	0.896	0.300	Valid
	6	0.928	0.300	Valid
	7	0.812	0.300	Valid
Keberhasilan Usaha	8	0.878	0.300	Valid
	9	0.823	0.300	Valid
	10	0.896	0.300	Valid
	11	0.923	0.300	Valid
	12	0.855	0.300	Valid
	13	0.891	0.300	Valid
	14	0.866	0.300	Valid

3.1.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Cooper** dalam **Umi Narimawati et al (2010 : 43)** reliabilitas yaitu : *"Reliability is a characteristic of measurement concerned with accuracy, precision, and consistency"*.

Berdasarkan definisi itu, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas guna menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belah instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman–Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
2. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2r^2b}{1 + r^2b}$$

Keterangan :

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan belahan kedua

Kategori pengukuran koefisien reliabilitas *Split-Half Method* adalah sebagai berikut:

0,81 sampai dengan 1,00 reliabilitas sangat tinggi

0,61 sampai dengan 0,80 reliabilitas tinggi

0,41 sampai dengan 0,60 reliabilitas sedang

0,21 sampai dengan 0,40 reliabilitas rendah.

-1,00 sampai dengan 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel).

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
<i>Korean Wave</i> (X1)	0.939	0.800	Reliabel
Sosial Media (X2)	0.928	0.800	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0.908	0.800	Reliabel

3.1.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Menurut **Husein Umar (2008 : 187)** agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Untuk langkah-langkah untuk melakukan transformasi data dari skala ordinal menjadi interval melalui *Method Successive Interval* (MSI), adalah sebagai berikut

- a Ambil data ordinal hasil kuesioner
- b Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
- c Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Successive Interval*

$$\text{Means of interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at upper Limit})}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}} \quad \text{Dimana :}$$

Means of interval : rata-rata Interval

Density at Lower Limit : Kepadatan atas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : daerah di bawah atas

Area under lower limit : daerah di bawah atas bawah

f. menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$\text{Nilai Transformasi} = \text{Nilai Skala} + |\text{Nilai Skala minimum}| + 1$$

3.1.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.1.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan berbagai cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan deskriptif dan verifikatif.

3.1.5.1.1. Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Menurut **Umi Narimawati (2007 : 84)** selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% sampai 36.00 %	Tidak baik
2	36.01% sampai 52.00%	Kurang baik
3	52.01% sampai 68.00%	Cukup
4	68.01% sampai 84.00%	Baik
5	84.01% sampai 100%	Sangat baik

Sumber : Narimawati (2007 : 85)

3.1.5.1.2. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Analisis verifikatif digunakan untuk memilih metode, menyusun instrumen, mengumpulkan data dan menganalisa sebuah penelitian. Analisis verifikatif menitikberatkan pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif pada penelitian ini terdiri dari uji MSI, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis korelasi Pearson Product Moment, dan analisis koefisien determinasi.

a. Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*)

“Analisis regresi linier mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yang melibatkan beberapa variabel bebas, untuk digunakan sebagai alat prediksi” **Sugiyono (2017 : 158)**.

Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_t + \dots$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

X1 = *Korean Wave*

X2 = Sosial Media

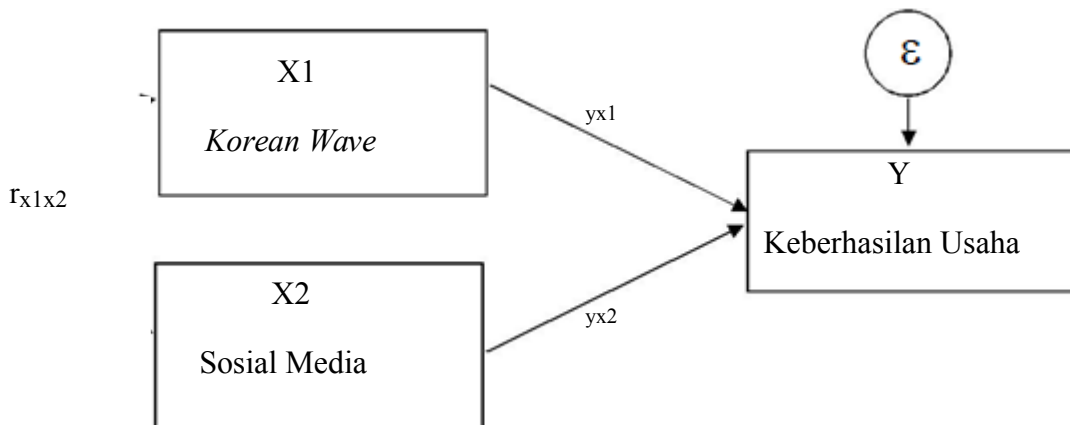
a = Konstanta/Titik potong (*Intercept*)

b₁X₁ = Koefisien regresi linier variabel *Korean Wave*

b₂X₂ = Koefisien regresi linier variabel Sosial Media

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena peneliti ingin memastikan apakah ada pengaruh antara *Korean Wave* dan Sosial Media terhadap Keberhasilan Usaha.

Model analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2
Analisis Regresi Berganda

Gambar ini melukiskan adanya hubungan antara variabel *eksogen* (X_1 dan X_2) dengan variabel *endogen* yaitu Y . Setiap variabel baik *eksogen* maupun *endogen* digambarkan berbentuk persegi atau kotak sedangkan *error* atau variabel lain diluar Y digambarkan berbentuk lingkaran.

Hubungan antara X_1 dan X_2 terhadap Y menggambarkan hubungan pengaruh, pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y disebut pengaruh langsung (*direct effect*).

b. Uji Asumsi Klasik

Pada analisis regresi berganda dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang lebih akurat dan memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan sebuah dasar dalam model regresi linier berganda sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Cara mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas” **Umar (2011 : 181)**.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas

(*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya **Mandala** dalam **Purwanto & Sulistyastuti (2011 : 198)**. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah ::

- a Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir

b Nilai standar *error* dalam setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga

Dengan demikian, semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi akan semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan Varians.

3. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan taksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Spearman Rank* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai yang absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

c. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Setelah data yang telah terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method*

atau dikenal dengan rumus pearson Sugiyono (2017 : 276), yaitu :

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{n \sum Xi^2 - \sum Xi^2 \{n \sum yi^2 - \sum yi^2\}}$$

Dimana : $-1 \leq r \leq +1$

R = koefisien korelasi

X = lingkungan internal dan lingkungan eksternal

z = Keberhasilan usaha

n = jumlah Pengusaha

Untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.6 dibawah ini:

Tabel 3.6
Tingkat keeratan korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0 - 0,20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0,21 - 0,40	Korelasi yang lemah
0,41 - 0,60	Korelasi sedang
0,61 - 0,80	Cukup tinggi
0,81 - 1	Korelasi tinggi

Sumber : Narimawati (2010 : 50)

d. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan analisis jalur yang telah dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/ SPSS atau secara manual di dapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dapat dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 dan variabel X_2 terhadap Y (Pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana: Kd = Koefisien

r^2 = Kuadrat koefisien

Dimana apabila :

$Kd = 0$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y , lemah

$Kd = 1$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y , kuat

3.1.6 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menguji seberapa besar pengaruh Pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji,

maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Simultan/Total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1)R_y^2 \cdot X \dots\dots\dots}{K (1 - R_y^2 \cdot X \dots\dots\dots)}$$

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai *F – test* yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *microsoft*. Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (*Korean Wave* dan Sosial Media) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keberhasilan Usaha) ditolak dan sebaliknya.

Umi Narimawati et al (2010 : 51-52) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien *product moment* (*Pearson*).

b. Hipotesis

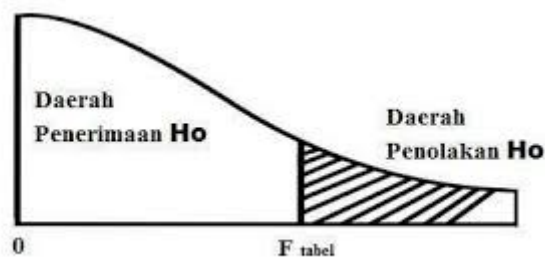
$H_0 ; \rho = 0$, Tidak Terdapat pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media

terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

H1 ; $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh *Korean Wave* dan Sosial Media terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variabel independen tidak sama dengan nol, maka H_0 ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka H_0 diterima. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$) Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$. Untuk mengetahui ρ_{YX_i} yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Sumber: Sugiyono, 2017, *Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung Alfabeta.

Gambar 3.3
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

2. Pengujian secara Parsial

Melakukan Uji – t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus Uji T yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{XY \dots Xk}) CR_{ii}}{(n - k - 1)}}} \quad I = 1, 2, 3, \dots, 5$$

b. Hipotesis

$H_0. \beta_1 = 0$, *Korean Wave* tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

$H_1. \beta_1 \neq 0$, *Korean Wave* berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

$H_0. \beta_2 = 0$, Sosial Media tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

$H_1. \beta_2 \neq 0$, Sosial Media berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Restoran-restoran Korea di Kota Bandung.

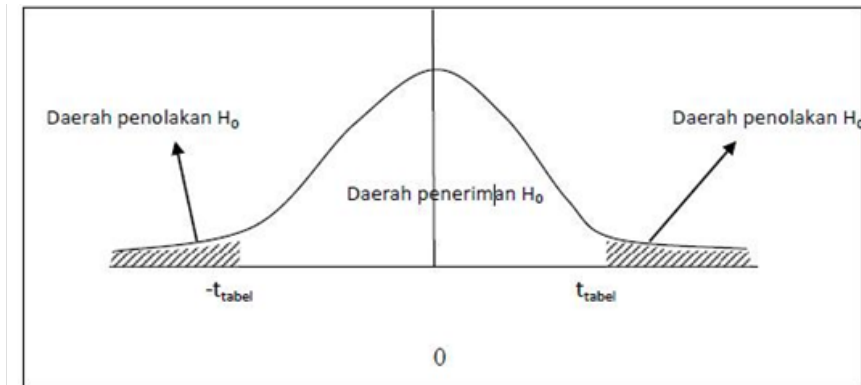
Kriteria Pengujian H_0 di tolak apabila t hitung $<$ dari t tabel ($\alpha = 0,05$)

c. Kriteria Penarikan Pengujian

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk di uji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan Y ada hubungannya.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a

ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya



Gambar 3.4
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Sumber : Sugiyono (2017: 252)