

## **BAB III**

### **RANCANGAN PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga Juni 2025 di beberapa cafe di Kota Surabaya (seperti Kogu Cafe, Fas Coffee, Starbucks, dan lainnya) yang dikenal aktif menawarkan produk kuliner inovatif. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu menganalisis preferensi konsumen terhadap menu yang unik dan kreatif. Selain itu, cafe-cafe tersebut dianggap mewakili perkembangan industri kuliner di Surabaya, memiliki konsumen yang beragam, mudah diakses untuk pengumpulan data, serta dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dalam merancang strategi inovasi yang lebih efektif. Alasan pemilihan lokasi ini karena cafe-cafe tersebut aktif berinovasi pada menu, mewakili tren kuliner di Surabaya, memiliki konsumen yang beragam, mudah dijangkau, serta dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi inovasi, seperti (**Lampiran 1**).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif karena mampu menggambarkan preferensi konsumen secara objektif dan terukur. Menurut Primadi (2024), penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dengan penggunaan instrumen seperti kuesioner serta analisis statistik untuk menguji hipotesis. Metode ini dipilih agar data dari responden dapat diolah menjadi angka yang jelas, sehingga lebih mudah dianalisis dan dapat memberikan gambaran faktual mengenai kecenderungan konsumen terhadap produk kuliner inovatif di cafe Surabaya.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data akan dibagi menjadi dua jenis, data primer dan sekunder.

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan oleh peneliti, baik melalui observasi, wawancara, maupun kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:225), Data primer adalah

data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan, baik melalui responden maupun melalui objek penelitian.

2) **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, bukan secara langsung dari lapangan. Menurut Sugiyono (2017:225), Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, misalnya buku, catatan, laporan, atau arsip yang sudah tersedia.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

1) **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, populasi adalah masyarakat Kota Surabaya yang pernah mengunjungi cafe dan memiliki pengalaman dalam mengonsumsi produk kuliner inovatif.

2) **Sample**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Karena populasi penelitian terlalu luas, maka peneliti mengambil sebagian responden yang dianggap mewakili karakteristik konsumen cafe di Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden, yang dipilih melalui penyebaran kuesioner baik secara online maupun langsung.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang disebarikan kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner dipilih karena praktis, efisien, dan mampu menjangkau responden dalam jumlah besar, baik secara langsung maupun melalui media online.

Menurut Arikunto (2013), kuesioner berguna untuk memperoleh informasi mengenai pendapat, persepsi, maupun sikap responden terhadap suatu objek penelitian. Dalam konteks ini, kuesioner digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk kuliner inovatif di cafe Surabaya. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan rentang 1–5, dengan kategori:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Penggunaan skala Likert ini memungkinkan peneliti mengukur tingkat kesetujuan responden secara lebih terukur, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif untuk menggambarkan kecenderungan preferensi konsumen secara objektif.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), analisis deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

### **3.7 Teknik Penyajian Data**

Data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel, dan narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami. Penyajian tabel digunakan untuk menunjukkan distribusi frekuensi dan persentase responden, sedangkan diagram membantu memvisualisasikan data secara lebih jelas. Narasi deskriptif diberikan untuk menjelaskan hasil analisis dan menghubungkannya dengan teori yang relevan (Sugiyono, 2017).