

BAB III

RANCANGAN PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Surabaya, khususnya di area yang menjadi target pasar utama bisnis kuliner "Papa Udit". Waktu penelitian berlangsung dari bulan Mei hingga Juni 2025.

3.2 Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan tingkat minat masyarakat Surabaya Barat terhadap produk kuliner "Papa Udit", serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat tersebut berdasarkan data yang diperoleh dari responden secara sistematis dan objektif.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di Surabaya Barat dan mengetahui atau pernah mengonsumsi produk dari "Papa Udit". Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Berdomisili di Surabaya Barat
2. Pernah mengonsumsi atau mengetahui brand "Papa Udit"
3. Berusia minimal 18 tahun (usia produktif konsumen)
4. Jumlah sampel sebanyak 50 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Kuesioner

Berisi pertanyaan tertutup dan skala Likert (1-5) untuk mengukur minat, persepsi terhadap kualitas produk, harga, dan pengalaman kuliner.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan data sekunder terkait profil usaha dan strategi pemasaran "Papa Udit".

3.5 Definisi Operasional Variabel

1. Minat Konsumen

Keinginan dan kecenderungan masyarakat Surabaya Barat untuk membeli atau merekomendasikan produk kuliner "Papa Udit".

2. Kualitas produk

Penilaian konsumen terhadap rasa, tampilan, kebersihan, dan konsistensi makanan yang ditawarkan.

3. Harga

Persepsi konsumen terhadap kesesuaian antara harga yang dibayar dan kualitas produk yang diterima.

4. Pengalaman

Penilaian konsumen terhadap keseluruhan suasana, pelayanan, dan kenyamanan saat berinteraksi dengan bisnis "Papa Udit".

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan:

1. Analisis Deskriptif Statistik

Untuk menggambarkan profil responden, tingkat minat, dan persepsi konsumen.

2. Analisis Faktor

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi minat konsumen terhadap bisnis kuliner "Papa Udit".

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan instrumen kuesioner yang digunakan valid dan konsisten.