

## **BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *marketing for hospitality and tourism* untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh *food experience* terhadap *return intention* pada konsumen di Restoran Korean BBQ Bandung. Objek penelitian sebagai variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah *Food Experience* (X1) yang terdiri dari *food quality* (X1.1), *Service Quality* (X1.2), *Atmosphere* (X1.3), *Price and Value* (X1.4) dan *Cleaness and Hygine* (X1.5) (Khalifa, 2015; Banerjee & Singhanian, 2018; Chun & Nyam-Ochir, 2020; Hendriyani et al., 2020). Adapun variabel terikat (Dependent) dalam penelitian ini adalah *Return intention* (Y) yang terdiri dari *willing to recommend*, *willing to revisit*, dan preferensi utama pada restoran.

Pelanggan yang sudah mengunjungi Korean BBQ Restaurant Bandung menjadi responden dalam penelitian ini. Karena pengumpulan data hanya dilakukan satu kali, pada waktu tertentu penelitian ini menggunakan desain *cross sectional*. (Malhotra et al., 2017) menyatakan survei *cross-sectional* adalah pengumpulan data dari berbagai kelompok yang telah ditentukan, sering dikenal sebagai sampel.

### **3.2 Metode Penelitian**

#### **3.2.1 Jenis Metode Penelitian Yang Digunakan**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu (Malhotra et al., 2017). Penelitian deskriptif dapat memberikan gambaran yang terperinci mengenai pandangan responden terhadap *food experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *atmosphere*, *price and value*, *cleaness and hygine*. Gambaran *return intention* yang terdiri dari *willing to recommend*, *willing to revisit*, dan preferensi utama pada restoran.

Penelitian verifikatif (Malhotra et al., 2017) digunakan untuk mengumpulkan bukti yang dapat diverifikasi tentang hubungan kausal (kasual) dalam fenomena pemasaran. Memahami variabel mana yang merupakan variabel

dependen dan variabel mana yang merupakan variabel independen dalam fenomena pemasaran adalah salah satu tujuan (Malhotra et al., 2017). Penelitian yang dapat diverifikasi dilakukan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan untuk mendapatkan pemahaman umum tentang dampak *food experience* terhadap *return intention* pada konsumen yang telah mengunjungi restoran Korean BBQ Bandung.

Intinya, metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data yang berharga untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian ini merupakan pendekatan *explanatory survey* karena bersifat deskriptif dan verifikatif serta didasarkan pada pengumpulan data di lapangan. Strategi ini melibatkan penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data dengan tujuan mempelajari bagian mana dari populasi yang diselidiki memikirkan penelitian ini.

### **3.2.2 Operasional Variabel**

Variabel operasional adalah pembatasan yang ditempatkan pada variabel penelitian oleh peneliti sehingga dapat diukur (Ghozali, 2018). Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen di antaranya *food experience* ( $X_1$ ) dan variabel endogen yaitu *return intention* (Y). Secara lengkap operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasional Variabel berikut ini.



**Tabel 3.1 - OPERATIONAL VARIABLE**

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<b>Food Experience (X1)</b>	<i>Food experience</i> tidak hanya berpusat pada kegiatan makan dan minum saja, tapi juga termasuk ke dalam penilaian terhadap keseluruhan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen, mulai dari kualitas makanan dan kualitas pelayanan hingga mencakup lingkungan suatu restoran (Gustafsson et al., 2016).					
	<i>Food quality</i>	Makanan adalah produk inti dari sebuah restoran yang memainkan peran penting dalam pengalaman konsumen. Kualitas makanan telah diterima secara umum sebagai faktor utama yang mempengaruhi niat perilaku pasca makan (Hendriyani et al., 2020)	Rasa Makanan	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki rasa yang enak dan nikmat.	Interval	1
			Ukuran Porsi	Porsi dari makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung sesuai dengan kebutuhan saya	Interval	2
			Presentasi/Tampilan Makanan	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tampilan yang menarik dan mampu meningkatkan nafsu makan saya	Interval	3
			Suhu dan Bahan	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki suhu yang sesuai dengan jenis	Interval	4

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				makanannya dan dibuat dari bahan-bahan yang fresh dan berkualitas.		
	<i>Service quality</i>	Kesediaan, untuk membantu tamu, Sikap dan perilaku staf layanan Kualitas layanan dan efisiensi staf Layanan makanan disampaikan tepat waktu (Kumar et al., 2017)	Layanan cepat	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung sangat cepat dalam melayani konsumen mulai saya datang sampai saya pulang	Interval	5
			Komunikasi dengan baik	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki kemampuan komunikasi yang sangat baik, ramah, dan sopan kepada konsumen.	Interval	6
			Waktu Tunggu	Waktu tunggu untuk makanan sampai di meja konsumen relatif cepat	Interval	7
			Empati	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung sangat sigap melayani konsumen dan sigap merespon masalah atau ketidaknyamanan yang dihadapi konsumen	Interval	8

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
	<i>Atmosphere</i>	Suasana restoran memberikan pengalaman total emosional individu sepanjang makan, termasuk indikator didalamnya yaitu pengalaman sosial, kenyamanan, dan keintiman dari segi dekorasi, suasana, musik/pertunjukan tata letak, dan pencahayaan di restoran dari segi ini pelanggan semakin sadar akan suasana	Pengalaman Sosial	Para pegawai dan pengunjung Restoran Korean BBQ sangat baik, ramah, dan sopan.	Interval	9
			Dekorasi/Desain Interior	Restoran Korean BBQ Bandung memiliki desain interior yang menarik dan instagramable	Interval	10
			Aroma	Restoran Korean BBQ Bandung memiliki aroma yang wangi dan segar.	Interval	11
			Musik/pertunjukan	Restoran Korean BBQ Bandung menggunakan alunan musik yang membuat konsumen nyaman dan di jam dan hari tertentu terdapat penampilan musik band/akustik.	Interval	12
	Tata Letak dan Pencahayaan	Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tata letak dan pencahayaan yang baik dan indah.	Interval	13		
	<i>Value and Price</i>	Value karena harga suatu produk atau layanan	Kesesuaian Harga	Harga makanan dan minuman yang dibanderol	Interval	14

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		dapat mempengaruhi tingkat kepuasan diantara pelanggan, karena memiliki rasa keadilan yang terikat.		di Restoran Korean BBQ Bandung sangat sesuai dengan kualitas dan pengalaman makan yang diperoleh oleh konsumen		
	<i>Cleaness and hygiene</i>	Kebersihan dan higienis restoran adalah salah satu factor kunci yang mempengaruhi pilihan pelanggan karena membuat mereka setia pada makanan dan minuman tertentu yang memiliki indicator yaitu makanan bersih, dan kebersihan, fasilitas dan peralatan bersih, dan seragam server bersih.	Kebersihan Makanan	Makanan yang disajikan di Restoran Korean BBQ sangat bersih dan higienis.	Interval	15
			Kebersihan Ruangan	Setiap sudut tempat atau ruangan di Restoran Korean BBQ Bandung sangat bersih dan nyaman	Interval	16
			Kebersihan Peralatan	Restoran Korean BBQ Bandung menyediakan peralatan makan yang bersih dan steril.	Interval	17
			Kebersihan Pegawai	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tampilan yang bersih seperti rambut diikat, menggunakan penutup kepala terutama bagian dapur, dan menggunakan pakaian yang bersih.	Interval	18

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Return Intention (Y)</i>	<i>Return intention</i> merupakan bentuk perilaku ( <i>behavioral intention</i> ) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, <i>word of mouth</i> dari konsumen yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Feng, 2016).					
	<i>Willing to Revisit</i>	Keinginan untuk kembali berkunjung	Berkunjung Kembali	Saya ingin sekali mengunjungi Restoran Korean BBQ Bandung di lain waktu.	Interval	19
	<i>Willing to Recommend</i>	Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain	Rekomendasi	Saya akan merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk mengunjungi Restoran Korean BBQ Bandung	Interval	20
	Preferensi utama pada restoran	Keinginan yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut meskipun terdapat beberapa restoran lain yang lebih menarik.	Preferensi Utama Konsumen	Saya akan menjadikan Restoran Korean BBQ Bandung sebagai restoran utama yang akan saya kunjungi ketika akan makan di luar rumah.	Interval	21

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

### 3.2.3 Jenis dan Data Sumber

Data adalah informasi yang sering berbentuk angka dan menggambarkan isu atau pengamatan berdasarkan ciri-ciri atau ciri-ciri populasi atau sampel (Arikunto, 2016). Menurut Arikunto (2016), prasyarat untuk data penelitian harus tidak memihak, mampu sepenuhnya mengkarakterisasi semua masalah sampel, dan saat ini. Jenis dan sumber data yang diperlukan untuk penelitian ini dibagi menjadi dua kategori sebagaimana disebutkan oleh (Arikunto, 2016), yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan langsung dari sumbernya dengan pengukuran, perhitungan independen, kuesioner, observasi, wawancara, dan metode lainnya. Peneliti harus mengumpulkan data primer sendiri untuk mengaksesnya. Sumber data utama untuk penelitian ini berasal dari survei pelanggan yang pernah makan di restoran Korean House BBQ di Bandung. Kuesioner ini diberikan kepada sejumlah besar responden sesuai dengan target target, yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian. Atribut konsumen ini dianggap sebagai objek studi yang relevan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan melalui sumber tidak langsung seperti buku, profil, manual, atau laporan dari kantor atau organisasi lain. Data pustaka, artikel, jurnal, website, dan sumber informasi lainnya digunakan sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan informasi lebih lanjut tentang data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dan menyediakannya sebagai berikut pada Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.

**Tabel 3. 2 - JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>Food Experience</i>	<i>Ebook</i> dan jurnal	Sekunder
2.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>Return Intention</i>	<i>Ebook</i> dan jurnal	Sekunder

4.	Tanggapan Responden mengenai <i>Food Experience</i> restoran <i>Korean BBQ Bandung</i>	Penyebaran Kuesioner pada konsumen yang sudah pernah mengunjungi <i>Korean BBQ Bandung</i>	Primer
5.	Tanggapan Responden mengenai <i>Return Intention</i> di restoran <i>Korean BBQ Bandung</i>	Penyebaran Kuesioner pada konsumen yang sudah pernah mengunjungi restoran <i>Korean BBQ Bandung</i>	Primer
7.	Kunjungan Konsumen Restoran <i>Korean BBQ Bandung</i>	PIC <i>Korean House Bandung</i>	Sekunder
8.	Data Populasi Konten Korea di Indonesia	Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata, Badan Promosi Kebudayaan <i>Internasional Korea Research Factory</i> (loka data)	Sekunder
9.	Data Jumlah restoran Korea di Kota Bandung	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung	Sekunder

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah total item yang akan atau ingin diperiksa, menurut (Sugiyono, 2017). Populasi dapat terdiri dari makhluk hidup, benda mati, dan orang-orang, yang semua karakteristiknya dapat diukur atau diamati (Sugiyono, 2017). Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengunjungi Restoran *Korean BBQ Bandung*.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari kualitas yang dimiliki oleh suatu populasi atau, sebagai alternatif, sebagian kecil dari anggota populasi yang dipilih sesuai dengan formula atau prosedur tertentu yang dapat berfungsi sebagai representasi populasi (Arikunto, 2016). Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Restoran *Korean BBQ Bandung* dengan rentang usia 17-50 tahun. Hal ini karena pada rentang usia 17-50 biasanya seseorang lebih mampu memberikan penilaian terkait dengan *food experience*, dan *return intention*.

Pada rentang usia ini juga seseorang lebih mampu memiliki pilihan atau minat untuk melakukan kunjungan ulang atau tidak.

*Purposive sampling* adalah strategi sampel yang tepat berdasarkan karakteristik ini. Pendekatan pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu

dikenal sebagai "*purposive sampling*." Sampel dipilih berdasarkan serangkaian sifat yang dianggap terkait erat dengan subjek penelitian. Dengan kata lain, unit sampel terkait dimodifikasi untuk memenuhi kriteria yang ditetapkan sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian (Hair et al., 2017).

Selanjutnya, mengacu kepada analisis yang digunakan, maka penentuan jumlah sampel minimum yang representatif menurut (Hair et al., 2017) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah: ukuran Sampel Minimum =  $25 \times 5 = 125$  dan ukuran sampel maksimum =  $25 \times 10 = 250$ , dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel maksimum yaitu  $25 \times 10 = 250$  responden.

### **3.2.4.3 Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel adalah cara mengumpulkan data untuk analisis (Arikunto, 2016). Sampel yang dipilih merupakan sumber informasi yang akan dianalisis secara statistik sehingga merupakan cerminan perilaku penduduk (Ghozali, 2018). Ini juga harus dapat memberikan gambaran tentang suatu populasi. Sampel tidak akan dapat memberikan informasi tentang atau secara akurat mewakili populasi jika pengambilan sampel dilakukan secara tidak benar (Ghozali, 2018). Dua jenis prosedur pengambilan sampel yang dapat digunakan secara umum adalah *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Menurut Ghozali (2018), *probability sampling* adalah random sampling atau sembarangan. Karena memberikan peluang terbesar untuk mengidentifikasi sampel, pemilihan sampel berbasis probabilitas sangat disarankan dalam penelitian kuantitatif (Ghozali, 2018). *Simple random sampling*, *proportionate stratified sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *cluster sampling* adalah empat prosedur pengambilan sampel yang dapat dimanfaatkan dalam *probability sampling* (Arikunto, 2016).

*Nonprobability sampling* merupakan pendekatan non-random sampling, artinya tidak setiap anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Arikunto, 2016). Metode ini mudah diterapkan dan membutuhkan waktu yang sangat sedikit, tetapi memiliki kelemahan yaitu mayoritas populasi tidak dilibatkan dalam penelitian, oleh karena itu hasilnya tidak valid dan berlaku untuk seluruh populasi (Arikunto, 2016). *Systematic*

*sampling, incidental sampling, purposive sampling, quota sampling, saturated sampling, dan snowball sampling* adalah 6 jenis prosedur pemilihan sampel yang digunakan dalam pendekatan *nonprobability sampling* (Arikunto, 2016).

Karena akan sulit bagi peneliti untuk mengumpulkan sampel acak dengan populasi yang begitu besar, *judgment sampling* digunakan dalam penelitian ini. Menurut Malhotra et al. (2017), teknik ini melibatkan pengambilan sampel penilaian, di mana sampel yang dipilih menggabungkan pertimbangan spesifik yang konsisten dengan tujuan penelitian penelitian. Pertimbangan-pertimbangan tersebut antara lain:

1. Responden pengunjung Restoran Korean BBQ Bandung dengan rentang usia 17-50 tahun
2. Responden yang sudah pernah mengunjungi restoran Korean house BBQ bandung.

Pada penelitian ini telah ditentukan jumlah sampel adalah 250 responden dengan populasi yaitu Konsumen yang sudah pernah berkunjung di Restoran Korean House Bandung.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk melakukan penelitian, seorang peneliti membutuhkan berbagai alat atau strategi pengumpulan data. Setiap alat sesuai untuk mengumpulkan jenis data tertentu, sehingga perlu untuk memilih satu untuk menyediakan data yang diperlukan untuk menguji hipotesis. Berikut ini adalah metode pengumpulan data yang diterapkan oleh penulis dalam penelitian ini:

1. Kuesioner/ Angket

Menggunakan daftar pertanyaan yang telah dibuat secara metodis dan dapat dijawab oleh responden, kuesioner adalah pendekatan pengumpulan data tidak langsung. Kuesioner mencakup pertanyaan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman pasca-kunjungan mereka, implementasi pengalaman makan, niat untuk kembali, dan dari mulut ke mulut. Dengan mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan terpilih dari restoran BBQ Korean House, teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang sedang diselidiki. Tanggapan terhadap pernyataan tersebut kemudian dikumpulkan dan diperiksa lebih lanjut untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Studi Literatur

Tujuan dari studi literatur adalah untuk mengumpulkan data melalui membaca buku, artikel, jurnal, homepage, dan situs web untuk mempelajari lebih lanjut tentang ide dan konsep yang terkait dengan masalah atau variabel yang diselidiki, seperti *food experience* dan *return intention*.

### 3.2.6 Uji Instrumen

Informasi yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner yang dikumpulkan kemudian akan menjalani pengolahan untuk menginterpretasikan informasi tentang dampak variabel *food experience* (X1) pada variabel *return intention* (Y). Penting untuk memeriksa kuesioner untuk melihat apakah pertanyaan yang dikandungnya realistis. Untuk menentukan tingkat kebenaran dan kaliber data, uji validitas dan reliabilitas dapat dijalankan terlebih dahulu. Dalam penyelidikan ini, data interval digunakan, yaitu pengukuran yang menggunakan skala pengukuran diferensial semantik untuk menggambarkan jarak antara dua titik sekaligus memiliki bobot yang sama. Uji validitas dan uji reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program computer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 27.0 *for Windows*.

#### 3.2.6.1 Uji Validitas

Validitas sangat penting karena memastikan keandalan variabel yang digunakan untuk membangun hubungan kausal antara suatu peristiwa atau fenomena (Sugiyono, 2017). Suatu instrumen akan lebih mudah digunakan semakin tinggi validitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi seberapa baik jenis pertanyaan kuesioner. Pada penelitian ini, instrumen *food experience* digunakan sebagai variabel X, *return intention* digunakan sebagai variabel Y. Berikut ini adalah rumus *product moment correlation*, yang digunakan untuk menilai validitas:

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber: (Ghozali, 2018)

Keterangan :

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria

$X$  = Skor masing-masing responden variabel  $X$  (tes yang disusun)

$Y$  = Skor masing-masing responden variabel  $Y$  (tes kriteria)

$n$  = Jumlah responden keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Peneliti menguji validitas instrument penelitian dari 40 responden dengan jumlah pertanyaan 21 untuk *food experience* (X1), 3 pertanyaan untuk *return intention* (Y1), dan 4 pertanyaan untuk *word of mouth* (Y2).

**Tabel 3. 3 - HASIL UJI VALIDITAS**

Item	Item Pertanyaan	Nilai Corrected Item/ $r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki rasa yang enak dan nikmat	0,968	0,05	0,3120	Valid
X1.2	Porsi dari makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung sesuai dengan kebutuhan saya	0,966	0,05	0,3120	Valid
X1.3	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tampilan yang menarik dan mampu meningkatkan nafsu makan saya	0,964	0,05	0,3120	Valid
X1.4	Makanan yang saya pesan di Restoran Korean	0,836	0,05	0,3120	Valid

	BBQ Bandung memiliki suhu yang sesuai dengan jenis makanannya dan dibuat dari bahan-bahan yang fresh dan berkualitas.				
X2.1	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung sangat cepat dalam melayani konsumen mulai saya datang sampai saya pulang	0,914	0,05	0,3120	Valid
X2.2	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki kemampuan komunikasi yang sangat baik, ramah, dan sopan kepada konsumen.	0,951	0,05	0,3120	Valid
X2.3	Waktu tunggu untuk makanan sampai di meja konsumen relatif cepat	0,917	0,05	0,3120	Valid
X2.4	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung sangat sigap melayani konsumen dan sigap merespon masalah atau ketidaknyamanan yang dihadapi konsumen	0,487	0,05	0,3120	Valid
X3.1	Para pegawai dan pengunjung Restoran Korean BBQ sangat baik, ramah, dan sopan.	0,949	0,05	0,3120	Valid
X3.2	Restoran Korean BBQ Bandung	0,857	0,05	0,3120	Valid

	memiliki desain interior yang menarik dan instagramable				
X3.3	Restoran Korean BBQ Bandung memiliki aroma yang wangi dan segar	0,930	0,05	0,3120	Valid
X3.4	Restoran Korean BBQ Bandung menggunakan alunan musik yang membuat konsumen nyaman dan di jam dan hari tertentu terdapat penampilan musik band/akustik.	0,849	0,05	0,3120	Valid
X3.5	Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tata letak dan pencahayaan yang baik dan indah	0,789	0,05	0,3120	Valid
X4	minuman yang dibanderol di Restoran Korean BBQ Bandung sangat sesuai dengan kualitas dan pengalaman makan yang diperoleh oleh konsumen	1,000	0,05	0,3120	Valid
X5.1	Makanan yang disajikan di Restoran Korean BBQ sangat bersih dan higienis	0,991	0,05	0,3120	Valid
X5.2	Setiap sudut tempat atau ruangan di Restoran Korean BBQ Bandung sangat bersih dan nyaman	0,964	0,05	0,3120	Valid
X5.3	Restoran Korean BBQ Bandung	0,900	0,05	0,3120	Valid

	menyediakan peralatan makan yang bersih dan steril.				
X5.4	Pegawai di Restoran Korean BBQ Bandung memiliki tampilan yang bersih seperti rambut diikat, menggunakan penutup kepala terutama bagian dapur, dan menggunakan pakaian yang bersih	0,948	0,05	0,3120	Valid
Y.1	Saya ingin sekali mengunjungi Restoran Korean BBQ Bandung di lain waktu	0,890	0,05	0,3120	Valid
Y.2	Saya akan merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk mengunjungi Restoran Korean BBQ Bandung	0,963	0,05	0,3120	Valid
Y.3	Saya akan menjadikan Restoran Korean BBQ Bandung sebagai restoran utama yang akan saya kunjungi ketika akan makan di luar rumah	0,976	0,05	0,3120	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel menyatakan bahwa seluruh instrument pernyataan untuk variabel Food Experience dan Return Intention valid karena bertaraf, dimana dinyatakan bahwa  $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ . Sehingga didapatkan nilai r tabel 0,3120, maka dari seluruh item pernyataan didapatkan hasil yang valid dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Sejauh mana metode pengukuran bebas dari kesalahan (error) adalah definisi realibilitas (Arikunto, 2016). Akurasi dan konsistensi berhubungan langsung dengan keandalan (Arikunto, 2016). Ketika pengukuran diulang dan dilakukan dalam kondisi yang sama, skala dikatakan dapat diandalkan (Arikunto, 2016). Akibatnya, masalah akurasi temuan terkait dengan masalah realibilitas instrumen. Untuk memastikan tingkat stabilitas alat ukur, uji realibilitas dilakukan.

Karena kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang 1 sampai 5, reliabilitas dinilai menggunakan rumus alpha, juga dikenal sebagai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). *Cronbach alpha*, menurut (Sugiyono, 2017), adalah koefisien ketergantungan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kelompok memiliki korelasi positif satu sama lain. Rata-rata interkorelasi antara item yang digunakan untuk mengukur konsep digunakan untuk menentukan *alfa Cronbach*. Keandalan konsistensi internal semakin tinggi, semakin dekat cronbach alpha dengan 1. Rumus *alfa Cronbach* digunakan dalam penilaian reliabilitas penelitian ini, khususnya:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika *croanbach alpha*  $> 0,700$  maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *croanbach alpha*  $< 0,700$  maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 3. 4 - HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	Ca hitung	Ca	Keterangan
1.	<i>Food Experience (X)</i>	0,917	0,700	<b>Reliabel</b>
2.	<i>Return Intention (Y)</i>	0,938	0,700	<b>Reliabel</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel apabila Ca hitung lebih besar dari Ca. Pada Tabel variable *return intention* merupakan variable dengan nilai reliable tertinggi yaitu 0.938 dan variable dengan nilai reliabel terendah adalah *food experience* dengan nilai Ca 0.917, dimana kedua variable memiliki nilai Ca hitung di atas Ca 0.700.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Untuk menentukan apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data, data yang diperoleh secara statistik harus dianalisis (Arikunto, 2016). Data yang diperoleh, diproses, dan dianalisis kemudian dikumpulkan. Informasi penting disediakan melalui pemrosesan data, yang juga berfungsi untuk menguji hipotesis apa pun yang telah dikembangkan selama penyelidikan. Teknik untuk analisis data digunakan untuk memeriksa teori-teori yang dapat memberikan solusi untuk masalah. Untuk menganalisis variabel berdasarkan *food experience*, *return intention*, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode.

**Tabel 3. 5 - ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif jawaban	Sangat Tidak Sesuai/Sangat tidak konsisten/Sangat Tidak Higienis/Sangat Rendah/Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Menarik/Sangat Tidak Layak/Sangat Tidak Leluasa/ Sangat Sulit /Sangat Tidak Nyaman/Sangat Tidak Cocok/Sangat Tidak Bersih	Rentang Jawaban ←————→	Sangat Sesuai/Sangat Konsisten/Sangat Higienis/Sangat Tinggi/Selalu Setuju/Sangat Menarik/Sangat Layak/Sangat Leluasa/Sangat Mudah/sangat Nyaman/Sangat Cocok/Sangat Bersih/
	Negatif	1 2 3 4 5	Positif

Sumber: modifikasi dari Birks, 2016

#### 3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel – variabel penelian.

1. Analisis Statistik *Cross-Tabulation* (Tabulasi Silang)

Tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki berbagai kategori atau nilai yang berbeda diproduksi menggunakan teknik statistik ini, yang secara bersamaan menjelaskan dua atau lebih variabel. Berbeda dengan tabulasi silang, yang menggambarkan dua atau lebih variabel dalam tabel, distribusi frekuensi hanya menjelaskan satu variabel pada satu waktu. Penggabungan distribusi frekuensi dari dua atau lebih variabel ke dalam satu tabel dikenal sebagai tabulasi silang. Tabel Tabulasi Silang, yang ditunjukkan di bawah ini, berisi format tabel tabulasi yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 6 - TABEL TABULASI SILANG (CROSS TABULATION)**

Variable Kontrol	Judul (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)	Judul (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)				Total	
		Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)		Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)		F	%
		F	%	F	%		
<b>Total Skor</b>							
<b>Total Keseluruhan</b>							

2. Perhitungan Skor Ideal

Digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, di antaranya yaitu:

- 1) Analisis Deskriptif mengenai Variabel Y (*return intention*)
- 2) Analisis Deskriptif mengenai Variabel X<sub>1</sub> (*Food experience*) melalui lima dimensi yaitu *food quality, service quality, atmosphere, price and value, cleanliness and hygnine*.

Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Analisis Deskriptif sebagai berikut.

**Tabel 3. 7 - ANALISIS DESKRIPTIF**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor	
		5	4	3	2	1					
Skor											
<b>Total Skor</b>											

Setelah mengklasifikasikan hasil komputasi menurut kriteria interpretasi, tahap berikut memerlukan menggambar garis kontinum dengan 5 tingkatan, termasuk sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, dan sangat rendah. Garis kontinum ini dibuat dengan tujuan membandingkan skor total masing-masing variabel untuk melukiskan gambaran variabel *food experience* (X1), *return intention* (Y). Langkah-langkah berikut diberikan untuk menghasilkan kontinum:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

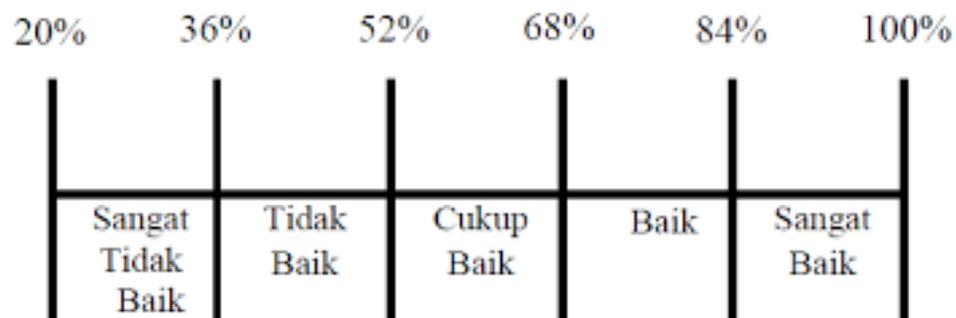
Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

2. Menentukan perbandingan skor kontinum dari setiap tingkatan

Skor Setiap Tingkatan =  $\frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$

3. Membuat garis kontinum serta menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (rating scale) dalam garis kontinum (Skor/Skor Maksimal × 100%). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari Gambar mengenai Garis Kontinum Penelitian *food experience, return intention* berikut ini :



**Gambar 3. 1 GARIS KONTINUM PENELITIAN *FOOD EXPERIENCE*,**

## ***RETURN INTENTION***

Sumber: Sugiyono (2017:162)

### **3.2.7.2 Uji Asumsi Klasik**

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan program *SPSS 25 for Windows*. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov* dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (*Monte Carlo Sig.*) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (*sig > 0,05*).

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan guna melihat apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2012). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Apabila nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari samadengan 10 (*VIF < 10*) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

### 3. Uji Heteroskedasiti

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120). Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji Harvey. Uji Harvey adalah meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2018:137). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai p value  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai p value  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas

#### 3.2.7.3 Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukannya analisis data dengan menggunakan analisis regresi, data harus melalui uji prasyarat analisis dengan menggunakan uji asumsi klasik, yang meliputi :

##### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terkait atau dependent variable. Jika persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dengan satu variabel terkait, maka disebut dengan persamaan regresi sederhana. Jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut dengan persamaan regresi berganda. Pada regresi sederhana kita dapat mengetahui berapa besar perubahan dari variabel bebas dapat mempengaruhi suatu variabel terkait. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Sosial Media ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) terhadap Niat beli ( $Y$ ). Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu *SPSS 27 for Windows*.

Rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1$$

Keterangan :

<i>Y</i>	= Variabel <i>Return Intention</i>
<i>a</i>	= Parameter Konstanta
<i>b</i>	= Parameter Koefisien Regresi
<i>x</i>	= Variabel <i>Food Experience</i>

#### 3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2018), hipotesis secara luas didefinisikan sebagai spekulasi atau solusi sementara untuk suatu masalah yang akan terbukti secara statistik. Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis dapat berbentuk hipotesis kausal, yaitu hipotesis yang melibatkan satu, dua, atau lebih variabel (Priyono, 2016). Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui apakah klaim yang dihasilkan dari kerangka teoritis dominan telah mengalami analisis menyeluruh (Ghozali, 2018). *Food experience* (X), subjek penelitian, berfungsi sebagai variabel independen, sedangkan *return intention* (Y) berfungsi sebagai variabel dependen. Uji statistik yang digunakan adalah perhitungan analisis SEM untuk keempat variabel tersebut dengan tetap memperhatikan ciri-ciri variabel yang akan diteliti.

##### 1. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi Menurut Widarjono, Uji Koefisien Determinasi (R-Squared) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang kita miliki. Apabila nilai koefisien determinasi (R-squared) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R-Squared) menjauhi angka satu(1) atau mendekati angka nol(0), maka semakin kurang baik variabel independen menjelaskan variabel dependennya.

Kelemahan dalam menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Jika setiap tambahan variabel independen, maka nilai R<sup>2</sup> pasti akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

## 2. Uji t

Dijelaskan oleh Kuncoro, (2004) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terkait. Uji ini menggunakan *SPSS 25 for Windows* dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasarkan nilai *sig.*, sebagai berikut :

- a. Jika nilai *Sig.* > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai *Sig.* < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

## 2. Uji F

Menurut Kuncoro, (2004) Uji F atau uji statistik simultan adalah sebuah proses uji yang berguna untuk melihat apakah semua variabel berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terkait. Berikut syarat hasil keputusan Uji F :

- a. Jika nilai *Sig.* > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai *Sig.* < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.