

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini diarahkan pada customer experience atau pengalaman berkunjung wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Tebing Breksi, Kelurahan Sambirejo, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tebing Breksi merupakan salah satu objek daya tarik wisata alam yang juga sebagai salah satu cagar budaya di Yogyakarta yang dikelola oleh Lowo Ijo. Lokasinya berjarak sekitar 17,5 km atau menempuh perjalanan 32 menit dari pusat kota Jogja.

Untuk mengakses lokasi Tebing Breksi Yogyakarta, wisatawan dapat mengikuti Jalan Laksda Adisucipto hingga menemukan pertigaan Pasar Prambanan lalu mengambil jalan ke Piyungan dan mengikuti arah petunjuk jalan menuju Tebing Breksi atau Candi Ijo sejauh 3 km.

Aktivitas utama yang ditawarkan di objek daya tarik wisata Tebing Breksi Yogyakarta ini adalah mengelilingi area tebing dan embung, berswafoto, bersantai di Kopi Breksi, menikmati sunset dari atas tebing, dan mengikuti tour jeep.

3.2. Metode Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh customer experience, revisit intention, dan menganalisis pengaruh signifikan dari customer experience terhadap revisit intention di Tebing Breksi Yogyakarta. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas (independent variabel) yaitu customer experience dan variabel terikat (dependent variabel) yaitu revisit intention.

Metode penelitian merupakan strategi ilmiah dalam memperoleh data yang digunakan untuk tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2007:11) adalah sebuah metode untuk menganalisis status kelompok manusia atau sebuah objek, kondisi, sistem pemikiran atau kelas peristiwa di masa lalu dan sekarang.

Tujuannya untuk menjabarkan fakta, sifat, dan hubungan antar variabel yang diteliti secara faktual. Metode penelitian deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data menggunakan pertanyaan-pertanyaan terkait subjek penelitian untuk menguji hipotesis yang dibuat (Abdillah & Jogiyanto, 2015) melalui pengukuran mean, standard deviasi, dan statistik inferensial. Penelitian yang menggunakan variabel laten (tidak dapat diukur secara langsung) seperti sikap dan perilaku, SEM dapat membantu mengidentifikasi pengukuran dari sub variabel/indikator yang ada. Teknik analisis SEM-PLS juga cocok untuk digunakan dalam penelitian yang bersifat konfirmatif, serta mampu mengukur variabel yang memiliki banyak faktor/konstruk. Software yang digunakan dalam analisis tersebut adalah program SmartPLS 4. Sedangkan verifikasi dalam penelitian ini merupakan metode untuk mengetahui pengalaman atau customer experience wisatawan dan niat untuk melakukan revisit intention dan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh customer experience tersebut terhadap revisit intention di Tebing Breksi Yogyakarta.

Peneliti melakukan survey menggunakan teknik kuesioner melalui *Google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup kepada responden dengan harapan untuk menemukan gambaran tentang pengaruh customer experience terhadap revisit intention di Tebing Breksi Yogyakarta. Kuesioner merupakan salah satu metode pengambilan data paling umum dalam penelitian yang menggunakan pertanyaan atau pernyataan untuk mengumpulkan data primer dengan aturan tertentu.

3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan konsep yang memiliki keberagaman nilai (Sugiyono, 2013) atau pengelompokan dua atau lebih atribut yang logis. Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja untuk dipelajari, diuji dan ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Ada berbagai variabel yang dapat digunakan untuk penelitian, di dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel dalam penelitian ini menggunakan instrumen atau butir-butir pertanyaan untuk mendapatkan data mengenai variabel yang

diambil. Variabel independen yang digunakan yaitu *customer experience* (X) dengan instrumen atau indikator yang terdiri dari *escapism*, *entertainment*, *esthetic*, *education*, *comfort*, *novelty*, dan *safety*. Sedangkan variabel dependennya adalah *revisit intention* (Y) dengan instrumen atau indikator yang meliputi indikator *intention to recommend* dan *intention to revisit*. Secara lebih rinci dijabarkan dalam Tabel 3.1 di bawah ini:

TABEL 3. 1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	No. Item
<i>Escapism</i> (X ₁)	Menekankan berwisata dapat memberikan perasaan rehat dari aktivitas rutian harian wisatawan.	Tingkat energi positif yang didapatkan dari mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.A.1
		Tingkat perasaan bebas dari aktivitas rutin sehari hari saat mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.A.2
<i>Entertainment</i> (X ₂)	Menekankan poin kegembiraan, kesenangan, dan daya ingat yang didapatkan wisatawan.	Tingkat rasa senang yang didapatkan saat berkeliling di area Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.B.1
		Tingkat rasa senang setelah melakukan tur Jeep di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.B.2
<i>Esthetic</i> (X ₃)	Menekankan hal-hal yang dinikmati wisatawan saat berkunjung.	Tingkat keindahan alam sekitar Tebing Breksi	<i>Ordinal</i>	III.C.1
		Tingkat keindahan situs sejarah dan bangunan Tebing Breksi yang indah	<i>Ordinal</i>	III.C.2
		Tingkat keunikan yang mengagumkan dari Tebing Breksi Yogyakarta yang tidak ditemukan di objek daya tarik wisata lain	<i>Ordinal</i>	III.C.3
<i>Education</i> (X ₄)	Menekankan berwisata dapat menambahkan pengetahuan dan keterampilan.	Tingkat pengetahuan baru mengenai sejarah Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.D.1
		Tingkat rasa ingin tahu tentang hal-hal baru setelah mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.D.2
<i>Comfort</i> (X ₅)	Menekankan seberapa pentingnya kenyamanan yang dinikmati pelanggan saat berkunjung.	Tingkat rasa nyaman dengan cuaca saat berada di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.E.1
		Tingkat rasa nyaman dengan fasilitas toilet di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.E.2
		Tingkat asa nyaman saat menikmati pemandangan di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.E.3

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	No. Item
		Tingkat rasa nyaman dengan fasilitas tour jeep di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.E.4
<i>Novelty (X₆)</i>	Menekankan rasa keingintahuan wisatawan di tempat yang baru, menemukan pengalaman dan sensasi, serta petualangan baru.	Tingkat pengalaman baru yang diperoleh setelah mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.F.1
		Tingkat pengalaman berwisata yang tidak biasa yang hanya ditemukan di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.F.2
<i>Safety (X₇)</i>	Menekankan keamanan menjadi faktor penentu untuk membuat keputusan bagi wisatawan.	Tingkat keamanan akses menuju Tebing Breksi Yogyakarta sudah baik	<i>Ordinal</i>	III.G.1
		Tingkat keamanan saat beraktifitas wisata pagar-pagar pembatas pada area curam di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.G.2
		Tingkat keamanan sistem parkir di Tebing Breksi Yogyakarta	<i>Ordinal</i>	III.G.3
<i>Revisit Intention (Y)</i>	<i>Revisit intention</i> adalah sebuah kemungkinan bagi pengunjung untuk membeli ulang sebuah produk wisata atau mengunjungi kembali tujuan wisata sebelumnya. Baker dan Crompton (2000) dalam (Lin, 2014)			
<i>Intention to Recommend</i>	Menakankan keinginan wisatawan untuk memberikan rekomendasi pada orang lain.	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan kepada teman, keluarga, atau kerabat untuk berkunjung ke Tebing Breksi	<i>Ordinal</i>	III.H.1
		Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal positif tentang Tebing Breksi kepada teman, keluarga, atau kerabat	<i>Ordinal</i>	III.H.2
<i>Intention to Revisit</i>	Menekankan keinginan wisatawan untuk memberikan rekomendasi pada orang lain.	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Tebing Breksi	<i>Ordinal</i>	III.I.1
		Tingkat kemungkinan akan berkunjung kembali ke Tebing Breksi	<i>Ordinal</i>	III.I.2

3.1. Jenis dan Sumber Data

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Kunjungan Wisatawan Nusantara Tebing Breksi Yogyakarta	Primer	Pengelola Tebing Breksi Yogyakarta (Lowo Ijo)

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
2.	Tanggapan wisatawan mengenai customer experience di Tebing Breksi Yogyakarta	Primer	Wisatawan nusantara yang sudah pernah mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta
3.	Tanggapan wisatawan mengenai revisit intention di Tebing Breksi Yogyakarta	Primer	Wisatawan nusantara yang sudah pernah mengunjungi Tebing Breksi Yogyakarta

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari obyek atau subyek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti dalam penelitian untuk dipelajari dan memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2011). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Tebing Breksi Yogyakarta yaitu sebanyak 4.336.276. Berikut dalam Tabel 3.3 adalah data kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung selama tahun 2017-2021.

Tabel 3.3 Populasi Taman Tebing Breksi Yogyakarta

Tahun	Jumlah
2017	869.457
2018	1.088.956
2019	1.633.399
2020	557.863
2021	186.601
Total	4.336.276

Sumber: Pengelola Taman Tebing Breksi, (2023)

2. Sampel

Sampel merupakan kelompok kecil yang akan mewakili karakteristik populasi dalam penelitian yang dilakukan (Naresh, 2009). Keterbatasan waktu, tenaga, dana, maka sebuah penelitian memerlukan sampel yang akan diambil dari sebuah populasi. Sampel harus bisa mewakili karakteristik populasi atau disebut juga representatif. Dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka digunakan rumus slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah minimum sampel dari suatu survei yang tujuan utamanya untuk mengetahui estimasi jumlah populasi yang disebut dengan populasi

terbatas (*finite population survey*). Estimasi yang dimaksud adalah proporsi populasi, bukan rata-rata dari populasi.

Dapat dilihat dibawah ini formula dari rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0,1 atau 10%)

Kemudian rumus diatas akan dimasukkan angka populasi untuk dapat menentukan sampel yang akan digunakan dapat dilihat dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4.336.276}{1 + 4.336.276 \times (0,1)^2}$$

$$n = 99,769 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dapat dilihat dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel (n) yang digunakan minimal 100 responden dari total jumlah pengunjung Taman Tebing Breksi Yogyakarta dari tahun 2017-2021 yang berjumlah 4.336.276 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik mendapatkan sampel yang akan digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* karena peneliti menetapkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian dan diharapkan dapat menjawab masalah yang dibahas dalam penelitian.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk menentukan kualitas dan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan informasi yang berkaitan dengan penelitian yaitu mengenai teori yang digunakan terdiri dari *customer experience* dan *revisit intention* yang dipelajari melalui jurnal, website, skripsi.
2. Observasi, yaitu peneliti datang langsung ke lokasi penelitian yaitu Tebing Breksi Yogyakarta untuk memperoleh data yang diperlukan selama penelitian.
3. Kusioner, yaitu angket yang berisi seperangkat pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini angket berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, data pengalaman responden, penilaian responden terhadap *customer experience* dan *revisit intention* di Tebing Breksi Yogyakarta.

3.6. Uji Instrumen

Untuk membantu mendapatkan data, peneliti menggunakan kuisisioner sebagai instrumen penelitian dengan item item pertanyaan sesuai dengan operasionalisasi yang sudah dibuat. Kuesioner penelitian disebarakan secara online kepada sampel penelitian sebanyak 30 orang yang merupakan wisatawan nusantara yang sudah pernah berkunjung ke Taman Tebing Breksi Yogyakarta. Dalam penelitian ini akan dilakukan dua jenis pengujian instrumen yaitu:

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah cara untuk melihat seberapa tepat dan kecermatan sebuah alat ukur sebuah variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan teknik Pearson Product Moment dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS 29.0.

(Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa sebuah instrumen dianggap:

- a. Signifikan dan valid apabila nilai r hitung memiliki nilai lebih besar daripada nilai r tabel (r hitung $>$ r tabel).
- b. Tidak signifikan dan tidak valid apabila nilai r hitung memiliki nilai lebih kecil daripada nilai r tabel (r hitung $<$ r tabel).

Uji validitas dilakukan menggunakan aturan degree of freedom untuk menentukan nilai r tabel yaitu (df) = $n - 2$ dengan n sebagai jumlah data yang digunakan. Berdasarkan jumlah kuisisioner yang disebarkan kepada 30 responden dengan taraf α = signifikansi 0,5 dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka nilai r tabel yang digunakan adalah sebesar 0,361

Hasil uji validitas instrumen penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Sub Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket.
Customer Experience	Escapism	III.A.1	0.828	0.361	Valid
		III.A.2	0.701	0.361	Valid
	Entertainment	III.B.1	0.847	0.361	Valid
		III.B.2	0.817	0.361	Valid
	Esthetic	III.C.1	0.738	0.361	Valid
		III.C.2	0.759	0.361	Valid
		III.C.3	0.730	0.361	Valid
	Education	III.D.1	0.743	0.361	Valid
		III.D.2	0.679	0.361	Valid
	Comfort	III.E.1	0.791	0.361	Valid
		III.E.2	0.757	0.361	Valid
		III.E.3	0.883	0.361	Valid
		III.E.4	0.766	0.361	Valid
	Novelty	III.F.1	0.788	0.361	Valid
III.F.2		0.832	0.361	Valid	
Safety	III.G.1	0.898	0.361	Valid	
	III.G.2	0.855	0.361	Valid	
	III.G.3	0.842	0.361	Valid	
Revisit Intention	Intention to Recommend	III.H.1	0.818	0.361	Valid
		III.H.2	0.893	0.361	Valid
	Intention to Revisit	III.I.1	0.823	0.361	Valid
		III.I.2	0.802	0.361	Valid

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 3.5 dari 22 item pertanyaan pada 9 indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai r -hitung yang lebih besar dari

nilai r-tabelnya, sehingga dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Variabel customer experience diketahui memiliki 7 sub-variabel/indikator yang memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, maka dapat dinyatakan ketujuh sub-variabel tersebut dikatakan valid. Variabel revisit intention diketahui memiliki 2 sub-variabel/indikator yang memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, maka dapat dinyatakan kedua sub-variabel tersebut dikatakan valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan penilaian uji *Cronbach's Alpha*. Dalam software SPSS 29.0, nilai uji reliabilitas diinterpretasikan sebagai *construct reliability and validity*. Lima tingkat penilaian menurut *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach Alpha* 0.00 s.d 0.20, maka instrumen kurang reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* 0.21 s.d 0.40, maka instrumen agak reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* 0.41 s.d 0.60, maka instrumen cukup reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* 0.61 s.d 0.80, maka instrumen reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* 0.81 s.d 1.00, maka instrumen sangat reliabel.

Tabel berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas menggunakan software SPSS 29.0 for Windows:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach	Keterangan
Customer Experience	0.965	Sangat Reliabel
Revisit Intention	0.923	Sangat Reliabel

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari variabel customer experience mendapatkan nilai sebesar 0.965 dan variabel revisit intention mendapatkan nilai 0.923, atau disimpulkan bahwa nilai hasil dari setiap variabel dinyatakan setiap variabel penelitian mempunyai nilai di atas minimal *Cronbach's Alpha* dan dinyatakan reliabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian dan jawaban yang diberikan responden dapat dipertanggungjawabkan.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Model Pengukuran atau Outer Model

Outer Loading atau *Loading Factor* menggambarkan tingkat validitas dan reliabilitas item dalam mengukur variabel penelitian (Musyaffi, Khairunnisa, & Respati, 2022). Beberapa perhitungan dalam pengukuran ini adalah:

a. *Covergent Validity*

Convergent validity mengukur apakah semua item yang digunakan untuk mengukur satu konstruk tertentu seharusnya memiliki hubungan positif yang kuat satu sama lain.. Jika convergent validity tinggi, maka item-item tersebut seharusnya mengukur konstruk yang sama dengan baik. Nilai *Outer Loading* atau *Loading Factor* yang direkomendasikan adalah minimum 0,70. Apabila item pengukuran memiliki nilai *Outer Loading* atau *Loading Factor* kurang dari 0,70 maka harus dihilangkan dan atau dilakukan estimasi kembali (Hair et al., 2017).

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity mengacu pada sejauh mana konstruk yang berbeda seharusnya memiliki hubungan yang lebih lemah satu sama lain dibandingkan dengan hubungan antara item-item dalam satu konstruk. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah konstruk yang berbeda benar-benar berbeda dan dapat dibedakan satu sama lain dalam analisis. *Discriminant Validity* merupakan nilai crossloading yang dianalisis untuk menemukan diskriminan yang adalah dalam suatu penelitian. Apabila perbandingan antara nilai konstruk yang dituju dengan nilai konstruk lain lebih besar maka diskriminan tersebut dianggap memadai.

c. *Composite Reliability*

Composite reliability mengukur sejauh mana semua item dalam suatu konstruk dapat diandalkan (reliable) dalam mengukur konstruk tersebut sebagai satu kesatuan. Nilai *Composite Reliability* adalah ukuran reliabilitas indikator suatu penelitian, sehingga dapat diketahui nilai

reliabilitas sesungguhnya dari konstruk penelitian yang disusun. Minimal nilai *composite reliability* dalam penelitian adalah 0,7 (Starstedt et al., 2021). Di atas nilai tersebut maka data dianggap memiliki nilai reliabilitas yang tinggi (Wati, 2018).

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE merupakan nilai yang menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan setiap konstruk berupa presentase rata-rata nilai setiap pertanyaan atau indikator penelitian. Jika nilai AVE tiap item pertanyaan mendapat nilai lebih besar dari 0,5 maka dianggap baik.

e. *Cronbach alpha*

Cronbach alpha merupakan batas nilai reliabilitas dalam suatu konstruk. Nilai *Cronbach alpha* menunjukkan konsistensi internal dari sebuah indikator dengan minimal nilai yaitu 0,7 (Basabeth et al., 2018).

3.7.2. Model Struktural atau *Inner Model*

Inner Model atau *inner relation*, *substantive theory*, atau *structural* menggambarkan hubungan antar variabel laten menurut teori yang menjadi acuan penelitian. Hubungan yang timbul akan menjadi jawaban penelitian yakni dalam hipotesis yang disusun. Beberapa perhitungan dalam pengukuran ini adalah:

a. *R-Square*

Nilai *inner model* dianalisis dengan evaluasi *R-Square* pada variabel laten independen, nilai ini juga menunjukkan koefisien determinasi pada konstruk dependen. Evaluasi *R-Square* dilakukan untuk mengetahui seberapa baik konstruk endogen dijelaskan oleh konstruk eksogen. Variasi kekuatan tersebut dibagi menjadi tiga kriteria yaitu *R-Square* sebesar 0,19 artinya lemah, 0,33 artinya sedang atau moderat, dan 0,67 artinya kuat.

b. *Effect Size (F-Square)*

Merupakan prosedur yang dilakukan untuk mengetahui perubahan pada *R-Square* dalam konstruk dependen. Perubahan dalam nilai *R-Square* menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berhubungan dengan substantif pengaruhnya. Variasi

kekuatan tersebut dibagi menjadi tiga kriteria yaitu *F-Square* sebesar 0,1 artinya kecil, 0,15 artinya menengah, dan 0,35 artinya besar. Perhitungan *F-Square* dilakukan dengan rumus:

$$f^2 = \frac{R^2Include - R^2Exclude}{1 - R^2Include}$$

c. *Prediction relevance (Q-Square)*

Nilai *Q-Square* memberikan makna untuk *predictive relevance* model konstruk. Evaluasi *Q-Square* dilakukan untuk mengetahui apakah model penelitian yang digunakan memiliki kemampuan relevansi prediktif. Pengukuran dilakukan melalui prosedur *blindfolding*, nilai yang menunjukkan angka kurang dari 0 menggambarkan bahwa konstruk laten independen sebagai variabel penjelas dapat memprediksi konstruk yang ada. Variasi kekuatan nilai *Q-Square* dibagi menjadi 3 dimana 0,02 termasuk kategori kecil, 0,15 termasuk kategori sedang, dan 0,35 termasuk kategori besar. Perhitungan dalam *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_d}{\sum_D O_D}$$

3.7.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian akhir dalam inner model. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan analisis full model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS. Selain untuk mengkonfirmasi teori, penelitian dengan analisis SEM juga memaparkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2012). Hipotesis yang dibangun oleh teori, penelitian terdahulu, rasionalisasi, dan lainnya diuji dengan prosedur perhitungan algoritma yang ada. Hipotesis dapat diterima jika nilai T statistik memiliki nilai lebih besar daripada T tabel, dimana setiap hipotesis yang memiliki nilai T statistik lebih besar daripada T tabel dinyatakan diterima atau terbukti. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis 1

H0: $\gamma_1 = 0$, memiliki arti bahwa variabel *customer experience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan berkunjung kembali (*revisit intention*).

Ha: $\gamma_1 \neq 0$, memiliki arti bahwa variabel *customer experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan berkunjung kembali (*revisit intention*).