

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan pendekatan yang sistematis dan terstruktur yang digunakan oleh peneliti untuk merencanakan, melaksanakan, dan menganalisis penelitian (Sekaran, U., & Bougie, R., 2016). Metode penelitian memiliki berbagai pendekatan dan teknik yang dapat digunakan tergantung pada tujuan penelitian. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik (Daniel Muijs, 2004). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik dilakukan secara random, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Metode penelitian dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif yang melibatkan pengumpulan data yang diukur secara numerik, seperti angka atau skala, dan analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis data tersebut. Metode ini fokus pada pengumpulan data primer melalui teknik seperti kuesioner dan pengumpulan data sekunder yang telah ada. Serta asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang diteliti apakah memiliki hubungan atau tidak (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini, penulis menggunakan model analisis jalur (*path analysis*) karena *path analysis* memberikan pendekatan yang sistematis dan analitis dalam memahami hubungan antar variabel yang terlibat dalam proses mediasi. Analisis jalur adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dalam suatu model. Metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis tentang hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel dalam suatu rangkaian kausal (Kline, R. B., 2015). Dalam penelitian ini

terdiri tiga variabel, Yakni variabel *meal experience* (independent), kepuasan konsumen (mediasi) sedangkan yang terikat minat beli ulang (dependent).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pengertian populasi tersebut, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi di Seroja Bake Bandung dan dalam penelitian ini termasuk dalam populasi tak terhingga. Menurut Hadari Nawawi (1983), populasi tak terhingga adalah populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batasnya secara kuantitatif. Konsumen Seroja Bake Bandung tidak memiliki jumlah yang tepat dan fluktuatif, sehingga termasuk pada kategori ini.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili) (Sugiyono, 2013). Konsumen Seroja Bake Bandung jumlahnya belum diketahui secara pasti dilihat dari kemungkinan terjadi pengulangan transaksi oleh konsumen yang sama dalam jangka waktu tertentu serta faktor lainnya, sehingga digunakanlah rumus Riduwan (2004), yaitu:

$$N = \frac{\{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma\}^2}{e}$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat kepercayaan (95% berarti $Z_{0,05} = 1,96$)

σ = standar deviasi (0,25)

e = tingkat kesalahan dalam penelitian ini (5% = 0,05)

Perhitungan dari rumus tersebut adalah :

$$N = \frac{\{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma\}^2}{e}$$

$$N = \frac{\{(1,96) \cdot (0,25)\}^2}{0,05}$$

$$N = 96,04$$

Dari perhitungan rumus di atas, angka yang dapat diyakini menjadi tingkat kepercayaan adalah 95% dan nilai sampel random yang didapat yaitu 96,04. Peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 orang dengan nilai estimasi selisih kesalahan yang ditoleransi sebesar 0,05. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden dengan membagikan *google form* secara *online* pada konsumen Seroja Bake Bandung.

3. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample (Sugiyono, 2015). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti.

Kriteria responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang pernah berkunjung ke Seroja Bake lebih dari 1 kali
2. Responden yang pernah membeli produk Seroja Bake Bandung lebih dari 1 kali

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variable independen dalam penelitian ini adalah *meal experience*.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat beli ulang.

3. Variabel Intervening (Z)

Variabel *intervening* (mediasi) adalah variabel yang secara teoritis menjadikan hubungan antara variabel independen dan dependen sebagai hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Karena variabel ini merupakan variabel perantara antara variabel bebas dan terikat (Sugiyono, 2019). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel Sub/ Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris (Indikator)	Konsep Analisis	Skala	Item

Meal Experience (X)	Meal experience adalah interaksi antara pemilik restoran dengan konsumen berdasarkan apa yang ditawarkan oleh pemilik restoran tersebut dengan individu yang menerimanya. (Hanefors dan Mossberg, 2003)	Food and Drink (Davis, B., et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas bahan pangan lokal yang digunakan pada makanan dan minuman disajikan dengan baik b. Porsi yang disajikan konsisten dari waktu ke waktu c. Penampilan makanan dan minuman yang menarik d. Rasa makanan dan minuman yang disajikan enak e. Tekstur makanan dan minuman yang disajikan sesuai f. Aroma makanan dan minuman sesuai dengan jenisnya g. Warna makanan dan minuman yang disajikan menarik h. Pilihan menu makanan dan minuman yang bervariasi 	Ordinal	1 2 3 4 5 6 7 8
		Level of Service (Davis, B., et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> a. Staf memberikan pelayanan yang cepat dan efisien b. Staf berpenampilan bersih dan rapi c. Staf memperhatikan kualitas layanan yang diberikan pada tamu d. Staf ramah dan sopan 	Ordinal	9 10 11 12
		Interior Design (Davis, B., et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> a. Dekorasi restoran menarik dan enak dipandang b. Jarak antar meja dan kursi masih cukup nyaman untuk pengunjung c. Penerangan cahaya cukup dan tidak teralalu terang atau gelap d. Antara produk, pelayanan dan lingkungan selaras 	Ordinal	13 14 15 16
		Atmosphere and Mood (Davis, B., et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kesesuaian suasana saat menyantap makanan b. Tingkat suara yang dihasilkan tidak terlalu bising antara konsumen dan staf c. Musik yang diputar sesuai tema dan tidak terlalu keras d. Suhu ruangan tidak terlalu dingin atau tidak terlalu panas 	Ordinal	17 18 19 20 21

			e. Secara keseluruhan restoran dalam keadaan bersih		
		Location and Accessibility (Davis, B., et al., 2018)	a. Tersedia fasilitas parkir yang memadai b. Akses pada kendaraan umum mudah didapatkan	Ordinal	22 23
		Price and Value For Money (Davis, B., et al., 2018)	a. Harga yang dibayar sesuai dengan makanan dan minuman yang didapat b. Harga yang dibayar sesuai dengan pelayanan yang didapat	Ordinal	24 25
Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. (Kotler & Armstrong, 2013)	1. Sesuai dengan spesifikasi 2. Persyaratan yang memuaskan 3. Menyediakan kualitas yang diinginkan konsumen (Anwar & Abd Zebari, 2015)	a. Produk dan pelayanan yang ditawarkan sesuai terhadap spesifikasi konsumen b. Hasil atau kinerja pelayanan yang diterima memuaskan c. Harapan konsumen sesuai dengan kenyataan aktual yang diterima	Ordinal	26 27 28
Minat Beli Ulang (Y)	Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga konsumen akan mengaktualisasi. (Ferdinand, A, 2014)	1. Niat Transaksional 2. Niat Referensial 3. Niat Prefensial 4. Niat Eksploratif (Ferdinand, A, 2014)	a. Niat konsumen yang berkeinginan membeli ulang produk di Seroja Bake. b. Niat konsumen yang cenderung mereferensikan produk Seroja Bake yang sudah dibelinya agar dibeli oleh orang. c. Niat konsumen yang selalu memiliki preferensi utama pada produk Seroja Bake. d. Niat konsumen yang mencari informasi tentang produk – produk Seroja Bake yang diminatinya.	Ordinal	29 30 31 32

Sumber: Hasil pengolahan penulis, 2023

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama. Hal ini data diperoleh melalui tempat objek penelitian atau pengumpulan informasi secara langsung oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah yang sedang diteliti. Pada penelitian ini data

diperoleh dari survei menggunakan kuesioner terhadap pengunjung Seroja Bake Bandung dalam bentuk kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan atau diciptakan oleh pihak lain atau lembaga untuk tujuan yang berbeda. Tujuannya untuk menyelesaikan masalah utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari berbagai sumber literatur, artikel, jurnal, serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur sebuah fenomena baik alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, dengan cara menyajikan serangkaian pertanyaan melalui *google form* kepada responden. Data primer digunakan dalam penelitian ini dan didapatkan dari jawaban kuesioner responden.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen

No	Variabel	Dimensi	No. Butir
1.	<i>Meal Experience (X)</i> (Davis <i>et al.</i> , 2018)	<i>Food and Drink</i>	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8
		<i>Level of Service</i>	9,10,11,12
		<i>Interior Design</i>	13,14,15,16
		<i>Atmosphere and Mood</i>	17,18,19,20,21
		<i>Location and Accessibility</i>	22,23
		<i>Price and Value For Money</i>	24,25
2.	Kepuasan Konsumen (Z) (Anwar & Abd Zebari, 2015)	Sesuai dengan spesifikasi	26
		Persyaratan yang memuaskan	27
		Menyediakan kualitas yang diinginkan konsumen	28
3.	Minat Beli Ulang (Y) (Ferdinand, A, 2014)	Niat Transaksional	29
		Niat Referensial	30
		Niat Preferensial	31
		Niat Eksploratif	32

Vika Febria Dwi Lestari, 2023

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber: Hasil pengolahan penulis, 2023

Skala penelitian yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala Likert yang menggunakan rentang skor 1-5 untuk menggambarkan penilaian responden pada aspek-aspek yang tersedia. Berikut merupakan skala likert:

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala	Sangat tidak setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
Skor	1	2	3	4	5

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang melibatkan analisis dan sintesis terhadap sumber-sumber informasi yang sudah ada. Tujuannya adalah untuk menggali informasi dan pemahaman yang sudah ada. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pariwisata, manajemen pemasaran, perilaku konsumen, *meal experience*, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang konsumen.

2. Kuesioner / Angket

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan terkait topik penelitian. Teknik pengumpulan data ini dinilai cukup efisien untuk diukur dan disesuaikan dengan variabel yang ingin diteliti untuk menjawab apa yang sesuai dan diharapkan oleh responden.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2013). Uji validitas memberikan bukti ilmiah tentang apakah instrumen tersebut efektif dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila data dari variabel sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Untuk mengetahui skor masing-masing butir pertanyaan pada instrumen penelitian dikatakan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel dan bersifat positif, maka variabel tersebut valid
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid
- Jika r hitung $>$ r tabel tapi bertanda negatif maka H_0 akan tetap ditolak dan H_1 diterima

Butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila koefisien korelasi r hitung bernilai positif atau lebih besar dari r tabel dengan signifikansi 5%. Pengujian validitas dari penelitian ini ialah instrumen *meal experience* sebagai variabel independen, dengan minat beli ulang sebagai variabel dependen, dan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Uji validitas pada penelitian instrumen ini perhitungannya menggunakan IBM SPSS *Statistic 25 for Windows (Statistical Product for Service Solution)* dan peneliti menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment, sebagai berikut:

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

r = koefisien korelasi

x = skor butir

y = skor total butir

n = jumlah responden

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji validitas dari setiap variabel *meal experience* (X), minat beli ulang (Y), dan kepuasan konsumen (Z) yang sudah diuji:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas

No	Pertanyaan (<i>Meal Experience</i>)	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Kualitas bahan pangan lokal yang digunakan pada makanan dan minuman baik	0,720	0,361	Valid
2	Porsi yang disajikan konsisten dari waktu ke waktu	0,537	0,361	Valid
3	Penampilan makanan dan minuman yang menarik	0,506	0,361	Valid
4	Rasa makanan dan minuman yang disajikan enak	0,612	0,361	Valid
5	Tekstur makanan dan minuman yang disajikan sesuai	0,542	0,361	Valid
6	Aroma makanan dan minuman sesuai dengan jenisnya	0,521	0,361	Valid
7	Warna makanan dan minuman yang disajikan menarik	0,575	0,361	Valid
8	Pilihan menu makanan dan minuman yang beragam	0,495	0,361	Valid
9	Staf memberikan pelayanan yang cepat dan efisien	0,461	0,361	Valid
10	Staf berpenampilan bersih dan rapi	0,443	0,361	Valid
11	Staf memperhatikan kualitas layanan yang diberikan pada tamu	0,514	0,361	Valid
12	Staf bersikap ramah dan sopan	0,529	0,361	Valid
13	Dekorasi restoran menarik	0,470	0,361	Valid
14	Jarak antar meja dan kursi masih cukup nyaman untuk pengunjung	0,448	0,361	Valid

15	Penerangan cahaya cukup (tidak teralalu terang atau gelap)	0,453	0,361	Valid
16	Terdapat keselarasan antara produk, pelayanan dan lingkungan	0,730	0,361	Valid
17	Tingkat kesesuaian suasana saat menyantap makanan	0,425	0,361	Valid
18	Tingkat suara yang dihasilkan tidak terlalu bising antara konsumen dan staf	0,648	0,361	Valid
19	Musik yang diputar sesuai tema dan tidak terlalu keras	0,571	0,361	Valid
20	Suhu ruangan tidak terlalu dingin atau tidak terlalu panas	0,454	0,361	Valid
21	Secara keseluruhan restoran dalam keadaan bersih	0,509	0,361	Valid
22	Tersedia fasilitas parkir yang memadai	0,366	0,361	Valid
23	Akses pada kendaraan umum mudah didapatkan	0,413	0,361	Valid
24	Harga yang dibayar sesuai dengan makanan dan minuman yang didapat	0,481	0,361	Valid
25	Harga yang dibayar sesuai dengan pelayanan yang didapat	0,626	0,361	Valid
Pertanyaan (Kepuasan Konsumen)		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
26	Produk yang diterima sesuai terhadap spesifikasi yang ditawarkan	0,751	0,361	Valid
27	Hasil atau kinerja pelayanan yang diterima memuaskan	0,843	0,361	Valid
28	Harapan konsumen sesuai dengan kenyataan aktual yang diterima	0,785	0,361	Valid
Pertanyaan (Minat Beli Ulang)		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
29	Saya berniat untuk melakukan pembelian ulang di Seroja Bake Bandung	0,659	0,361	Valid
30	Saya berniat merekomendasikan Seroja Bake Bandung kepada orang	0,766	0,361	Valid

	lain saat mereka mencari tempat roti dan kue			
31	Seroja Bake menjadi pilihan utama saya saat berbelanja produk roti dan kue	0,762	0,361	Valid
32	Saya tertarik melakukan pembelian di Seroja Bake Bandung setelah mencari dan mendapatkan informasi terkait produk yang ingin saya beli	0,762	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan di atas. Pengujian terhadap 30 responden yang di uji, hasil dari pengujian validitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan *meal experience* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen dapat dikatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} mendapatkan hasil yang lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,361).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen pengukuran konsisten dan dapat diandalkan dalam menghasilkan hasil yang stabil atau konsisten. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel-variabel yang disusun dalam kuesioner (Matondang, 2009). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut bebas dari kesalahan acak atau fluktuasi yang dapat memengaruhi hasil.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Koefisien *Cronbach alpha* digunakan untuk melakukan pengujian reabilitas suatu instrumen penelitian yang akan digunakan, memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2012).

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reabilitas

Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{min}$	Keterangan
----------	--------------------	-----------------	------------

Meal Experience (X)	0,885	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,706	0,60	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	0,719	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan penulis, 2023

Dari data diatas, menunjukkan bahwa Meal Experience (X) melalui Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Minat Beli Ulang (Y) dapat dinyatakan reliabel dikarenakan $C\alpha_{hitung}$ lebih besar dari $C\alpha_{min}$.

3.2.7 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini menggunakan bantuan *Softwafe* IBM SPSS 25 untuk memvalidasi hubungan sebab akibat antar variabel.

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu kegiatan statistik yang dimulai dari menghimpun data, menyusun atau mengukur data, mengolah data, menyajikan dan menganalisa data angka guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa atau keadaan (Hartono, 2010). Dalam penelitian ini dijelaskan klasifikasi responden, pengalaman responden, dan variabel penelitian menggunakan analisis frekuensi. Deskripsi berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, intensitas pengunjung, sumber informasi, lama kunjungan, transportasi yang digunakan, dan rata-rata biaya transaksi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif menggunakan skor ideal dari Sugiyono (2010). Pengukuran tinggi ataupun rendahnya suatu pengaruh variabel didalam penelitian ini, terlebih dahulu menentukan nilai indeks minimum, nilai indeks maksimum, interval, dan jarak intervalnya.

Keterangan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

Vika Febria Dwi Lestari, 2023

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Nilai indeks maksimum = skor paling tinggi x jumlah item x banyaknya responden
- b. Nilai indeks minimum = skor paling rendah x jumlah item x banyaknya responden
- c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum - nilai indeks minimum
- d. Jenjang interval = jenjang variabel dibagi banyaknya interval

Selanjutnya, setelah skor jenjang interval diketahui, peneliti dapat menggambarkan melalui garis kontinum untuk setiap indikator variabel *meal experience*, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang. Variabel tersebut dapat dilihat tinggi atau rendah berdasarkan data responden, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3.1 Garis Kontinum

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau uji residual adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah distribusi data pada suatu sampel mengikuti distribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah distribusi yang simetris dan berbentuk lonceng. Uji normalitas digunakan dalam analisis statistik untuk memastikan bahwa asumsi dasar distribusi normal terpenuhi sebelum menerapkan metode statistik yang bergantung pada asumsi tersebut. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria sebagai berikut:

Vika Febria Dwi Lestari, 2023

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Jika signifikansi hasil perhitungan data (Sig) $> 5\%$ atau 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Jika signifikansi hasil perhitungan data (Sig) $< 5\%$ atau 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu, walaupun peran variabel tersebut penting.

Uji multikolinearitas dapat diketahui jika nilai koefisien korelasi antar variabel independen kurang dari 0,1, maka model dinyatakan bebas dari multikolinearitas, jika nilai korelasi lebih dari 0,1 berarti terjadi multikolinearitas. Cara untuk menguji adalah dengan menghitung *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut:

1. Apabila nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
2. Apabila nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidakseragaman varians dari residual dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konstan di seluruh tingkat variabel independen, penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasinya atau tidak.

Penelitian ini melakukan deteksi heteroskedastisitas dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak

terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Gudono, 2015).

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan oleh analisis data. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Teknik analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah metode untuk mengukur seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen dalam model regresi menjelaskan variasi variabel yang ditentukannya. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R-squared (R^2) pada tabel ringkasan model.

Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model prediksi dari model pencarian yang diusulkan. Uji R^2 dilakukan untuk mengetahui dan memprediksi seberapa penting kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Ketika nilainya mendekati 1, variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Namun jika nilai R^2 menurun berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat agak terbatas (Ghozali, 2018).

2. Uji Simultan F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat semua variabel bebas secara simultan pada variabel yang digunakan. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada nilai F yang dimasukkan dalam tabel ANOVA, sehingga tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, semua variabel independen/bebas tidak memiliki pengaruh yang simultan terhadap variabel dependen/terikat.

3. Uji T (Parsial)

Pengujian ini untuk menguji pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji t pada penelitian ini digunakan tingkat signifikan 5% (0,05) pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ hipotesis dinyatakan ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ hipotesis dinyatakan diterima sehingga terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

4. Uji Sobel

Uji sobel merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi efek mediasi dalam analisis jalur (*path analysis*) atau analisis regresi. Variabel mediasi pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Uji Sobel ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} (1,984 dengan signifikansi 5%). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan terjadi pengaruh mediasi. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2012).

5. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan analisis yang menguji korelasi antar variabel. Analisis jalur digunakan untuk menelusuri hubungan antar variabel dalam suatu model penelitian. Analisis jalur menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat. Analisis ini juga

digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel mediasi. Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut variabel eksogen dan variabel dependen yang disebut variabel endogen (Sugiyono, 2015).

Untuk melihat pengaruh langsung dari variabel independen dan dependen pada masing-masing variabel, digunakan panah satu arah pada diagram jalur. Untuk panah ganda (*double arrow*) itu mendefinisikan bahwa ada pengaruh antara dua variabel. Persamaan struktural dalam penelitian ini menggunakan model diagram jalur sederhana dengan 3 variabel yaitu variabel *meal experience* (X), variabel minat beli (Y) dan variabel kepuasan konsumen (Z). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dinyatakan dengan menggunakan fungsi berikut:

$$Z = f(X)$$

$$Z = \rho_{XZ} + \epsilon_1 \dots \dots \dots \text{Substruktural 1}$$

$$Y = \rho_{YX} + \rho_{YZ} + \epsilon_2 \dots \dots \dots \text{Substruktural 2}$$