

BAB III

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang pengaruh *Food Experience* terhadap *revisit intention* pada pengunjung yang telah berkunjung ke *Hidden Gems Cafe* di Kota Bandung. Kemudian, Penelitian ini juga menerapkan dua variabel yaitu, variabel bebas adalah *Food Experience* (X) yang memiliki beberapa dimensi, diantaranya *food quality* (X₁), *service quality* (X₂), *atmosphere and mood* (X₃), *location and accessibility* (X₄), dan *price and value* (X₅) (Handyastuti et al., 2021 & Putra et al., 2023), kemudian variabel terikat atau variabel dependen *revisit intention* (Y) yang mempunyai dua dimensi, yaitu *revisit willingness* (Y₁) dan *intention to recommend* (Y₂) (Bichler et al., 2021 & Nur et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan responden dari para wisatawan yang sebelumnya pernah mengunjungi *Hidden Gems Cafe* di Kota Bandung yaitu; *Hidden Farm Plantshop Cafe*, *Persegi Coffee* dan *Kyomi Space*. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* atau. Menurut Sekaran & Bougie (2016) Kemudian, *cross sectional study* merupakan jenis penelitian di mana data yang dikumpulkan satu kali saja, yang mungkin berlangsung selama beberapa waktu (beberapa hari, minggu, atau bulan). Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada bagaimana pengaruh pengalaman kuliner (*food experience*) yang menjadi variabel (X) terhadap *revisit intention* sebagai variabel (Y).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Seperti Menurut (Hardani et al., 2020), penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fenomena, atau fakta secara akurat mengenai populasi atau wilayah tertentu. Penelitian ini juga biasanya tidak berfokus pada pencarian atau penjelasan hubungan antar variabel ataupun untuk menguji hipotesis. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran

mengenai pengalaman kuliner (*food experience*) yang mencakup kualitas makanan (*food quality*), kualitas layanan (*service quality*), suasana dan mood (*atmosphere and mood*), lokasi dan aksesibilitas (*location and accessibility*), serta harga dan nilai (*price and value*) dan *revisit intention* yang terdiri dari *revisit willingness* dan *intention recommend*.

Jenis penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji sejauh mana kebenaran yang terjadi dari fenomena yang diteliti (Hardani et al., 2020). Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari lapangan untuk menguji hipotesis dan dapat memperoleh gambaran secara langsung mengenai pengaruh *Food Experience* terhadap *revisit intention* pada wisatawan yang sebelumnya pernah berkunjung ke *Hidden Gems Cafe* di Kota Bandung.

Penelitian ini menerapkan metodologi *explanatory survey* dengan cara mengumpulkan informasi dan data dari sampel melalui sebaran kuesioner untuk mendeskripsikan berbagai aspek populasi (Fraenkel dan Wallen dalam Hardani et al., 2020). Metode ini juga bertujuan untuk memahami data dari sebagian populasi yang menjadi objek penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung terkait topik yang dikaji.

3.2.2 Operasional Variabel

Dalam rangka memperoleh data penelitian ini, maka dilakukan penjabaran terhadap variabel dan subvariabel yang mencakup konsep, dimensi, indikator, ukuran, dan skala. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yang terdiri atas pengalaman kuliner (*food experience*) (X), dan variabel dependen, yaitu niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*).

Sejalan dengan penjelasan di atas, dalam rangka memahami penggunaan konsep variabel yang digunakan pada penelitian ini secara lengkap, maka disajikan Tabel 3.1 Operasional Variabel berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Food Experience</i> (X)	<i>Food Experience</i> merupakan gabungan beberapa elemen, seperti jenis makanan, variasi menu, pelayanan, atmosfer, ukuran kelompok, pelanggan lain, rekomendasi, pengalaman baru, sentuhan unik dalam penyajian, dan nilai harga, yang bertujuan					

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
untuk mencapai kepuasan pelanggan. (Davis et al., 2018)						
	<i>Food quality (X1)</i>	Sesuatu yang layak dan tepat untuk dikonsumsi yang mencakup faktor kualitas seperti suhu makanan, kesegaran makanan, dan persiapan makanan.	<i>presentation</i>	Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> memiliki tampilan yang menarik sehingga meningkatkan nafsu makan	Interval	1
				Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> memiliki warna yang meningkatkan nafsu makan	Interval	2
			Suhu dan bahan	Kesesuaian temperatur suhu makanan dan minuman di <i>cafe</i>	Interval	3
				Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> terbuat dari bahan yang segar dan berkualitas	Interval	4
			<i>Hygiene</i>	Kebersihan peralatan makan dan minum di <i>cafe</i>	Interval	5
				Kebersihan makanan dan minuman yang disajikan di <i>cafe</i>	Interval	6
	<i>Service quality (X2)</i>	Kualitas pelayanan berasal dari interaksi antara karyawan dan pelanggan melalui kemampuan	<i>Reliability</i>	Penyediaan layanan yang sesuai dengan harapan wisatawan	Interval	7

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		restoran/ <i>cafe</i> untuk melayani layanan yang akurat, kepedulian dan perhatian karyawan kepada pelanggan, pengetahuan karyawan dan kesopanan.		Kesesuaian produk dengan apa yang dijanjikan oleh <i>cafe</i>	Interval	8
			<i>Emphaty</i>	Tingkat perhatian karyawan <i>cafe</i> terhadap kebutuhan wisatawan	Interval	9
				Tingkat sikap karyawan <i>cafe</i> terhadap kebutuhan konsumen	Interval	10
			<i>Assurance</i>	Tingkat pemahaman karyawan mengenai berbagai macam menu yang ada di <i>cafe</i>	Interval	11
				Tingkat kesopanan karyawan kepada wisatawan	Interval	12
			<i>Tangible</i>	Tingkat kebersihan seragam karyawan di <i>cafe</i>	Interval	13
				Tingkat kebersihan area makan <i>cafe</i>	Interval	14
	<i>Atmosphere and mood (X3)</i>	Suasana atau mood di restoran/ <i>cafe</i> merupakan aspek yang sulit untuk ditentukan, tetapi sering digambarkan	<i>Interior design</i>	Tingkat kesesuaian <i>layout interior</i> dengan tema <i>cafe</i>	Interval	15

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		sebagai <i>intangible</i> dalam restoran/ <i>cafe</i>		Tingkat kesesuaian dekorasi dengan tema <i>cafe</i>	Interval	16
			<i>Ambience</i>	Tingkat kesesuaian suasana dengan tema di <i>cafe</i>	Interval	17
				Tingkat kenyamanan suasana di <i>cafe</i>	Interval	18
			<i>Layout</i>	Kemudahan akses bagi wisatawan untuk masuk dan keluar dari <i>cafe</i>	Interval	19
				Kenyamanan pengaturan meja dan tempat duduk di <i>cafe</i>	Interval	20
			<i>Lighting</i>	Tata pencahayaan disetiap ruangan <i>cafe</i> memiliki pencahayaan yang nyaman	Interval	21
				Kesesuaian tata pencahayaan di <i>cafe</i> sesuai dengan tema	Interval	22
	<i>Location and accessibility (X4)</i>	Lokasi dan aksesibilitas untuk operasi restoran/ <i>cafe</i> merupakan faktor yang penting. Apabila pelanggan bepergian dengan	Keterjangkauan lokasi	Kesesuaian titik lokasi di <i>google maps</i> dengan lokasi <i>cafe</i>	Interval	23
				Ketersediaan papan penunjuk	Interval	24

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		kendaraan umum harus mudah untuk dijangkau		arah untuk memudahkan wisatawan menuju <i>cafe</i>		
	<i>Price and value (X4)</i>	Bukan hanya makanan dan pelayanan saja yang dilihat konsumen dalam memilih sebuah restoran/ <i>cafe</i> , tetapi konsumen juga harus melihat harga	Kesesuaian harga	Tingkat kesesuaian harga terhadap kualitas produk yang di dapatkan di <i>cafe</i>	Interval	25
				Tingkat kesesuaian harga terhadap pelayanan yang diberikan di <i>cafe</i>	Interval	26
<i>Revisit Intention (Y)</i>	<i>Revisit intention</i>	merupakan kesediaan atau keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama. (D. Park et al., 2019)				
	<i>Revisit willingness (Y1)</i>	keinginan untuk berkunjung kembali dan membeli kembali produk makanan dari restoran/ <i>cafe</i> yang sama.	Berkunjung kembali	Keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali <i>cafe</i>	Interval	27
				Keinginan wisatawan untuk lebih sering berkunjung ke <i>cafe</i>	Interval	28
	<i>Intenton to recommend (Y2)</i>	Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain	Merekomendasikan	Keinginan wisatawan untuk merekomendasikan <i>cafe</i> kepada orang lain	Interval	29
				Kesediaan wisatawan untuk membagikan pengalamannya di <i>cafe</i> kepada orang lain	Interval	30

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2024

Farhan Maulana, 2024

FOOD EXPERIENCE DI HIDDEN GEMS CAFE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

(Hardani et al., 2020), berikut adalah definisi tentang data primer dan sekunder:

1. Data primer, diartikan sebagai data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, misalnya dari orang yang mengalami secara langsung, dari data-data yang didapatkan dari lapangan, survei langsung dari pelaku utama, dan sebagainya. Selain itu, sumber utama ini didapatkan melalui pengumpulan informasi secara langsung berbagai instrumen seperti angket/kuesioner, observasi, wawancara, dan metode lainnya.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain secara tidak langsung. Data sekunder merupakan data yang telah diperoleh sebelumnya oleh peneliti lain dan kemudian digunakan kembali dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap beberapa responden untuk mewakili populasi. Survei tersebut diberikan kepada wisatawan yang telah mengunjungi *Hidden Gems Cafe* di Kota Bandung, terutama yang pernah mengunjungi *Hidden Farm Plantshop Cafe*, *Persegi Coffee* dan *Kyomi Space*. Di sisi lain, sumber data sekunder yang digunakan dapat diperoleh dari artikel ilmiah, buku, sumber literatur, jurnal ilmiah, serta *website* di internet yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis data	Sumber data	Kategori data
1.	Tanggapan responden mengenai <i>Food Experience</i> di <i>Hidden Gems Cafe</i> Kota Bandung	Responden	Primer
2.	Tanggapan responden mengenai <i>revisit intention</i> di <i>Hidden Gems Cafe</i> Kota Bandung	Responden	Primer
3.	Data jumlah kunjungan di <i>Hidden Gems Cafe</i> Kota Bandung 2021- 2023	Manajemen <i>cafe</i>	Primer
4.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>Food Experience</i>	<i>E-book</i> dan jurnal	Sekunder
5.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>revisit intention</i>	<i>E-book</i> dan jurnal	Sekunder
6.	Tren data pertumbuhan <i>food and beverage industry</i> , 2021-2023	Data Industri (www.dataindustri.com)	Sekunder

Farhan Maulana, 2024

FOOD EXPERIENCE DI HIDDEN GEMS CAFE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

7.	Jumlah usaha <i>cafe</i> di Kota Bandung tahun 2018-2021	Open Data Jabarprov (www.opendata.jabarprov.go.id)	Sekunder
----	--	---	----------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2024

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Sejalan dengan apa yang diungkapkan Margono seperti yang dikutip dalam (Hardani et al., 2020), definisi populasi adalah objek penelitian secara keseluruhan yang dijadikan sebagai sumber data dalam sebuah penelitian ini. Kategori populasi ini terdiri dari beberapa unsur, diantaranya seperti manusia, tumbuhan, hewan, gejala benda, nilai, ataupun peristiwa yang sekiranya relevan dengan apa yang diteliti atau apa yang menjadi tujuan penelitian. Populasi juga sangat penting untuk mengetahui ukuran sampel yang akan diambil. Dalam konteks penelitian ini, populasi terdiri wisatawan yang pernah berkunjung ke Hidden Farm Plantshop Cafe, Persegi Coffee dan Kyomi Space pada tahun 2021-2023.

3.2.4.2 Sampel

Dalam penelitian, sampel merupakan subset dari populasi yang dipilih menggunakan metode dalam memperoleh sampel penelitian (Husain dan Purnomo dalam Hardani et al., 2020). Sampel tersebut harus refresentatif supaya hasil penelitian yang diperoleh juga bisa digeneralisasikan dan diterapkan pada populasi secara keseluruhan.

Dalam rangka memperoleh ukuran sampel dari populasi penelitian, maka perlu dibuatkan pengukuran yang sesuai agar jumlah sampel yang dipilih sudah memadai Berdasarkan pedoman yang dirujuk dari (Hair et al., 2014), sampel yang ideal sebaiknya minimal 100 sampel atau lebih. Atau idealnya, sampel yang dipilih setidaknya 5 kali jumlah indikator atau memiliki rasio 10:1 untuk hasil yang lebih akurat. Pada penelitian ini, terdapat 30 indikator, sehingga ukuran sampel yang diperlukan adalah $30 \times 10 = 300$ wisatawan yang pernah mengunjungi *Hidden Gems Cafe* di Kota Bandung diantaranya Hidden Farm Plantshop Cafe, Persegi Coffee dan Kyomi Space.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Farhan Maulana, 2024

FOOD EXPERIENCE DI HIDDEN GEMS CAFE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Menurut penuturan dari Margono dalam (Hardani et al., 2020), menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan sebuah metode yang tujuannya untuk menentukan ukuran sampel yang tepat agar sesuai dengan kebutuhan penelitian, dengan mempertimbangkan karakteristik dan distribusi populasi agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara akurat. Teknik sampling ini dibagi menjadi dua kategori utama: *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono dalam (Hardani et al., 2020), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampling di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Teknik ini juga dapat dilakukan dengan cara memilih anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan karakteristik maupun strata tertentu. Terdapat empat metode dalam probabilitas yang memastikan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama, yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified sampling*, *disproportionate stratified random* dan *cluster sampling*.

Menurut Sugiyono dalam (Hardani et al., 2020), *non probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini memungkinkan pengambilan sampel dilakukan dengan cepat dan mudah. Terdapat enam metode dalam non probability sampling diantaranya yaitu sistematis sampling, sampling insidental, *sampling purposive*, sampling kuota, sampling jenuh, dan *snowball sampling* (Hardani et al., 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini adalah teknik pengambilan sampel di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dan memiliki informasi yang diperlukan oleh peneliti. Sampel dipilih dengan pertimbangan bahwa responden adalah individu yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan atau mereka adalah sumber informasi yang penting (Sekaran & Bougie, 2016). Metode ini dipilih karena populasi yang besar dan keterbatasan dana serta waktu. Kriteria sampel meliputi wisatawan yang pernah mengunjungi Hidden Farm Plantshop Cafe,

Persegi Coffee, dan Kyomi Space di Kota Bandung, serta wisatawan dari luar Kota Bandung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari pengumpulan data adalah untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Tanpa penerapan teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi kriteria yang diperlukan (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berikut:

1. Studi literatur, Teknik ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti buku, skripsi, tesis, disertasi, dan jurnal. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan teori dan konsep mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu pengalaman kuliner (*food experience*) dan niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*).
2. Kuesioner, Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan karakteristik responden, serta pengalaman mereka setelah pembelian dan kunjungan yang terkait dengan pengalaman kuliner (*food experience*) dan niat berkunjung kembali (*revisit intention*). Kuesioner disebarakan secara online melalui *Google Form* kepada para responden. Beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini dirancang untuk mengukur indikator dari *food experience* dan *revisit intention*.
3. Wawancara, Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan antara dua pihak atau lebih, baik secara langsung atau dalam bentuk percakapan yang terfokus. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan untuk keperluan penelitian ini.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, data harus memenuhi kriteria utama berupa validitas, reliabilitas, dan objektivitas. Validitas mengukur sejauh mana data yang diperoleh sesuai dengan data yang dilaporkan oleh peneliti dari objek penelitian.

Untuk menguji validitas, salah satu metode yang digunakan adalah rumus Korelasi Product Moment, yang dijelaskan sebagai berikut.

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

Sumber: (Yusuf 2017)

Keterangan:

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

X = Skor untuk setiap responden variabel X (tes yang disusun)

Y = Skor untuk setiap responden variabel Y (tes kriteria)

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden tersebut menggunakan taraf signifikansi yaitu sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. *Item* pertanyaan responden penelitian ini dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
3. *Item* pertanyaan responden penelitian ini dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Dengan jumlah responden sebanyak 30 dan tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan $dk = n-2$, di mana $dk = 30-2 = 28$ diperoleh dari nilai r sebesar 0,361. Uji validitas dilakukan menggunakan software IBM SPSS Statistics 25 untuk Windows, dan hasilnya menunjukkan validitas berdasarkan item-item pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini.

Berikut adalah hasil uji validitas yang diajukan oleh peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Food Experience (X)</i>				
<i>Food Quality (X₁)</i>				
1	Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> memiliki tampilan yang menarik sehingga meningkatkan nafsu makan	0,627	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
2	Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> memiliki warna yang meningkatkan nafsu makan	0,768	0,361	Valid
3	Kesesuaian temperatur suhu makanan dan minuman di <i>cafe</i>	0,591	0,361	Valid
4	Makanan yang dipesan di <i>cafe</i> terbuat dari bahan yang segar dan berkualitas	0,644	0,361	Valid
5	Kebersihan peralatan makan dan minum di <i>cafe</i>	0,687	0,361	Valid
6	Kebersihan makanan dan minuman yang disajikan di <i>cafe</i>	0,744	0,361	Valid
Service Quality (X₂)				
7	Penyediaan layanan yang sesuai dengan harapan wisatawan	0,632	0,361	Valid
8	Kesesuaian produk dengan apa yang dijanjikan oleh <i>cafe</i>	0,488	0,361	Valid
9	Tingkat perhatian karyawan <i>cafe</i> terhadap kebutuhan wisatawan	0,597	0,361	Valid
10	Tingkat sikap karyawan <i>cafe</i> terhadap kebutuhan konsumen	0,811	0,361	Valid
11	Tingkat pemahaman karyawan mengenai berbagai macam menu yang ada di <i>cafe</i>	0,847	0,361	Valid
12	Tingkat kesopanan karyawan kepada wisatawan	0,901	0,361	Valid
13	Tingkat kebersihan seragam karyawan di <i>cafe</i>	0,815	0,361	Valid
14	Tingkat kebersihan area makan <i>cafe</i>	0,854	0,361	Valid
Atmosphere and Mood (X₃)				
15	Tingkat kesesuaian <i>layout interior</i> dengan tema <i>cafe</i>	0,735	0,361	Valid
16	Tingkat kesesuaian dekorasi dengan tema <i>cafe</i>	0,823	0,361	Valid
17	Tingkat kesesuaian suasana dengan tema di <i>cafe</i>	0,853	0,361	Valid
18	Tingkat kenyamanan suasana di <i>cafe</i>	0,765	0,361	Valid
19	Kemudahan akses bagi wisatawan untuk masuk dan	0,752	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	keluar dari <i>cafe</i>			
20	Kenyamanan pengaturan meja dan tempat duduk di <i>cafe</i>	0,737	0,361	Valid
21	Tata pencahayaan disetiap ruangan <i>cafe</i> memiliki pencahayaan yang nyaman	0,498	0,361	Valid
22	Kesesuaian tata pencahayaan di <i>cafe</i> sesuai dengan tema	0,696	0,361	Valid
Location and Accessibility (X₄)				
23	Kesesuaian titik lokasi di google maps dengan lokasi <i>cafe</i>	0,724	0,361	Valid
24	Ketersediaan papan penunjuk arah untuk memudahkan wisatawan menuju <i>cafe</i>	0,596	0,361	Valid
Price and Value (X₅)				
25	Tingkat kesesuaian harga terhadap kualitas produk yang di dapatkan di <i>cafe</i>	0,669	0,361	Valid
26	Tingkat kesesuaian harga terhadap pelayanan yang diberikan di <i>cafe</i>	0,425	0,361	Valid
Revisit Intention (Y)				
Revisit Willingness (Y₁)				
1	Keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali <i>cafe</i>	0,844	0,361	Valid
2	Keinginan wisatawan untuk lebih sering berkunjung ke <i>cafe</i>	0,832	0,361	Valid
Intention to Recommend (Y₂)				
3	Keinginan wisatawan untuk merekomendasikan <i>cafe</i> kepada orang lain	0,929	0,361	Valid
4	Kesediaan wisatawan untuk membagikan pengalamannya di <i>cafe</i> kepada orang lain	0,830	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 3.3 mengenai Hasil Pengujian Validitas, untuk variabel X (*Food Experience*) yang mencakup 26 item, seluruh item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung melebihi r tabel (0,361). Item dengan nilai tertinggi adalah “Tingkat kesopanan karyawan kepada wisatawan” dengan nilai 0,901, sedangkan item dengan nilai terendah adalah “Tingkat

kesesuaian harga terhadap pelayanan yang diberikan di *cafe*” dengan nilai 0,425. Untuk variabel Y (*revisit intention*), yang terdiri dari 4 item pertanyaan, semua item juga menunjukkan nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel (0,361). Item tertinggi adalah “Keinginan wisatawan untuk merekomendasikan *cafe* kepada orang lain” dengan nilai 0,929, sedangkan item terendah adalah “Kesediaan wisatawan untuk membagikan pengalamannya di *cafe* kepada orang lain” dengan nilai 0,830. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas suatu skala menunjukkan sejauh mana proses pengukuran bebas dari kesalahan dan mencerminkan akurasi serta konsistensi. Skala dinyatakan reliabel jika memberikan hasil yang konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali dalam kondisi yang sama (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* (α), karena kuesioner yang digunakan mencakup rentangan nilai yang berbeda. Menurut (Ghozali, 2018) Perhitungan reliabilitas item pertanyaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25. Instrumen dinyatakan reliabel dan diterima jika nilai koefisien *Cronbach's alpha* (α) mencapai $\geq 0,600$ (Ghozali, 2018).

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1	<i>Food Experience</i>	0,958	0,600	Reliabel
2	<i>Revisit Intention</i>	0,877	0,600	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2024

Pada Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas pada penelitian ini, untuk *Food Experience* yaitu sebesar 0,958 dan untuk *revisit intention* yaitu sebesar 0,877. Maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan kuesioner sudah reliabel karena *cronbach's alpha* (α) $\geq 0,600$ (Ghozali, 2018).

3.2.7 Teknik Analisis Data

Farhan Maulana, 2024

FOOD EXPERIENCE DI HIDDEN GEMS CAFE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah mengolah dan menganalisisnya. Pengolahan data bertujuan untuk menyajikan informasi yang diperlukan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik analisis data diterapkan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Kuesioner berfungsi sebagai alat untuk mengevaluasi variabel *food experience* dan *revisit intention* dalam penelitian ini.

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh *food experience* terhadap *revisit intention*. Skala pengukuran yang diterapkan adalah semantic differential scale, yang menggunakan lima poin untuk menilai makna suatu objek atau konsep menurut pandangan responden. Data yang dikumpulkan berbentuk interval dengan lima angka. Penilaian pada angka 5 menunjukkan responden memiliki pandangan yang sangat positif, sedangkan angka 1 menunjukkan pandangan yang sangat negatif terhadap pernyataan tersebut. Kategori kriteria dan rentang jawaban pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut.

TABEL 3.5
ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif jawaban	Rentang Jawaban					Positif
	Sangat Tidak Berkualitas/ Sangat Tidak Estetik/ Sangat Tidak Nyaman/ Sangat Tidak Setuju/ Sangat Tidak Tepat/ Sangat Tidak Aman/ Sangat Tidak Terjamin/ Sangat Tidak Berkomitmen/ Sangat Tidak Variatif/ Sangat Tidak Tepat Waktu/ Sangat Tidak Mudah/ Sangat Tidak Kompeten/ Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Dihargai/ Sangat Tidak Mampu/ Sangat Tidak Menghargai/ Sangat Tidak Bersedia ← → Sangat Berkualitas/ Sangat Estetik/ Sangat Nyaman/ Sangat Setuju/ Sangat Tepat/ Sangat Aman/ Sangat Terjamin/ Sangat Berkomitmen/ Sangat Variatif/ Sangat Tepat Waktu/ Sangat Mudah/ Sangat Kompeten/ Sangat Puas/ Sangat Dihargai/ Sangat Mampu/ Sangat Menghargai/ Sangat Bersedia					
	Negatif	1	2	3	4	5

Sumber: Modifikasi dari Sekaran & Bougie (2016)

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan untuk membandingkan rata-rata populasi atau sampel tanpa menguji tingkat signifikansi. Dalam penelitian ini, kuesioner berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data mengenai pengaruh *food experience* terhadap *revisit intention*. Proses pengolahan data dari kuesioner

mencakup tiga tahap utama: persiapan, tabulasi, dan penerapan data dalam pendekatan penelitian.

Berikut langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan analisis deskriptif pada kedua variabel penelitian yang diteliti sebagai berikut:

1. Analisis distribusi frekuensi, merupakan distribusi matematika yang bertujuan untuk mendapatkan hitungan jumlah respon yang terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan untuk menggambarkan jumlah ini dalam persentase (Malhotra et al., 2017).
2. Analisis tabulasi silang adalah metode yang sederhana untuk menunjukkan hubungan antar variabel yang memiliki sedikit kategori (Hardani et al., 2020) Prinsip dasar dari analisis tabulasi silang adalah menyajikan data dalam tabel yang memiliki baris dan kolom. Jenis data yang cocok untuk analisis ini adalah data dengan skala nominal.
3. Skor ideal, Perhitungan skor ideal digunakan untuk menilai seberapa besar atau kecil pengaruh variabel dalam objek penelitian. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung skor ideal.

Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden

Nilai Indeks Minimum = Skor terendah x jumlah item x jumlah responden

Jenjang Variabel = Nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum

Jarak Interval = Jenjang : banyaknya interval

4. Tabel analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan variabel-variabel yang diteliti, yaitu: 1) Analisis Deskriptif Variabel Y, yaitu niat untuk kembali (*revisit intention*), yang berfokus pada niat pembelian kembali melalui kemauan untuk kembali dan niat untuk merekomendasikan; 2) Analisis Deskriptif Variabel X, yaitu pengalaman makan (*food experience*), yang mencakup kualitas makanan, kualitas layanan, suasana dan mood, lokasi dan aksesibilitas, serta harga dan nilai.

Setelah mengelompokkan hasil perhitungan berdasarkan interpretasi kriteria, langkah berikutnya adalah membuat garis kontinum dengan tujuh tingkatan, yaitu sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah,

dan sangat rendah. Garis kontinum ini dibuat untuk membandingkan skor total dari setiap variabel, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel yang sedang dianalisis dalam penelitian ini.

Berikut tahapan pembuatan garis kontinum yang dijelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

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

Membuat garis kontinum dan menentukan daerah posisi skor hasil dari penelitian. Menentukan besarnya persentase posisi skor hasil dari penelitian (*rating scale*) pada garis kontinum ($\text{Skor} / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$).

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah analisis deskriptif selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis verifikatif dengan beberapa tahapan setelah semua data responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif, metode analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Karena informasi yang diperoleh bersifat kuantitatif, analisis data dilakukan menggunakan metode statistik yang tersedia. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Kegiatan analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Tahapan pertama yaitu menyusun data, tahapan ini untuk melihat identitas responden, pemenuhan informasi dan pengisian informasi sesuai tujuan penelitian.

2. Menyeleksi Data

Tahapan kedua yaitu menyeleksi data, tahapan ini dilakukan guna memeriksa kesempurnaan serta kebenaran data yang telah terkumpul.

3. Tabulasi Data

Tahapan ketiga yaitu tabulasi data dengan langkah-langkah yaitu sebagai berikut:

- a. Memasukkan data ke program Microsoft Office Excel
- b. Memberikan skor pada setiap *item*
- c. Menjumlahkan skor pada setiap *item*

4. Menganalisis Data

Mengolah data-data yang diperoleh, kemudian menganalisis dengan menginterpretasi berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus statistik.

5. Pengujian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan verifikatif, yang melibatkan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis data adalah metode untuk mengestimasi, memproses, dan menganalisis data dengan tujuan untuk menghasilkan informasi yang berguna dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik ini diterapkan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana persepsi terhadap variabel bebas (X) dalam *food experience*, yang meliputi kualitas makanan, kualitas layanan, suasana dan mood, lokasi dan aksesibilitas, serta harga dan nilai, mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu niat untuk kembali (*revisit intention*).

Sebelum mengestimasi suatu model dengan sejumlah data menggunakan alat analisis regresi, biasanya perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah data dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam persamaan regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan langkah awal yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Sebuah model regresi dianggap baik jika nilai residualnya terdistribusi secara normal, dan data tersebar dari kiri bawah ke kanan atas di sekitar garis diagonal pada normal probability plot. Salah satu metode yang

dapat digunakan untuk menguji normalitas ini adalah uji kesesuaian Kolmogorov-Smirnov.

Pengujian Asumsi Normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam persamaan regresi memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini merupakan langkah awal yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Model regresi yang baik ditandai oleh nilai residual yang terdistribusi secara normal dan pola sebaran data yang mengikuti garis diagonal pada kurva probabilitas normal, dari kanan bawah ke kanan atas. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk uji normalitas ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov.

Berikut ini merupakan rumus yang digunakan untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

$$D = | F_s(x) - F_t(x) | \max$$

Sumber: (Cooper & Schindler, 2012)

Keterangan:

F_s = distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Data berdistribusi normal, apabila nilai *asympt.sig* (signifikansi) > 0,05 sedangkan data berdistribusi tidak normal, apabila nilai *asympt.sig* (signifikansi) < 0,05.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varian pada residual, yang disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari heteroskedastisitas. Regresi dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka heteroskedastisitas terdeteksi (Ghozali, 2018). Nilai t dibandingkan dengan ttabel menggunakan df (derajat kebebasan) = n (jumlah sampel) - m (jumlah variabel) dan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

3. Uji Asumsi Multikolinearitas

Farhan Maulana, 2024

FOOD EXPERIENCE DI HIDDEN GEMS CAFE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi tinggi antara variabel-variabel bebas dalam teknik regresi yang diterapkan (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui multikolinearitas, parameter yang sering dipakai adalah nilai *tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*). Multikolinearitas dianggap tidak ada jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, sedangkan jika nilai Tolerance sama dengan atau kurang dari 0,10, maka multikolinearitas terjadi. Berdasarkan nilai VIF, multikolinearitas tidak terdeteksi jika nilai VIF kurang dari 10,00, namun apabila nilai VIF sama dengan atau lebih dari 10,00, maka multikolinearitas ada.

Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan untuk uji multikolinearitas menggunakan IBM SPSS 25 *for windows*:

- a. Pertama bukalah file SPSS yang akan diolah;
- b. Klik menu *Analyze*, kemudian *Regression* dan pilih *Linier*;
- c. Isi kolom *Dependent* dengan variabel Y dan *Independents* dengan variabel X;
- d. Pada kotak *Method*, pilih *Backward*;
- e. Klik tombol *Statistic*, aktifkan pilihan *Covariance matrix* dan *Collinearity Diagnostics*;
- f. Klik tombol *Continue* lalu klik *OK*;
- g. Perhatikan *Output* dengan judul *Coefficients* pada sub tabel *Collinearity Statistics*.

Mengukur multikolinearitas dapat diketahui dari besaran VIF dan rumus menghitung VIF untuk koefisien dari variabel bebas menggunakan rumus berikut:

$$VIF = 1/(1-R^2)$$

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi bertujuan untuk menilai adanya hubungan antara data pada periode tertentu (t) dengan data pada periode sebelumnya (t-1). Uji asumsi ini sangat penting untuk menetapkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami kendala autokorelasi. Jika model tersebut terdeteksi telah mengalami kendala autokorelasi, maka model regresi tersebut tidak dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi. Salah satu teknik yang sering dipakai

untuk mengidentifikasi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW), yang mengevaluasi keberadaan autokorelasi dalam residual model regresi. Model regresi dianggap tidak mengalami autokorelasi jika nilai Durbin-Watson berada dalam rentang antara 1 hingga 3 (Field, 2009).

Berikut adalah langkah-langkah uji asumsi autokorelasi dengan menggunakan IBM SPSS 25 *for windows*:

- a. Buka program IBM SPSS 25 *for windows* dan impor data yang akan dianalisis;
- b. Pilih menu "*Analyze*" di bagian atas layar dan pilih "*Regression*" dari submenu yang muncul;
- c. Pilih opsi "*Linear*" dari submenu "*Regression*"
- d. Isilah pada kolom *Dependent* dengan variabel Y dan *Independents* dengan variabel X;
- e. Pada kotak *Method*, pilih *Backward*;
- f. Klik tombol *Statistic*, aktifkan pilihan *Covariance matrix*, *Collinierity Diagnostics* dan *Durbin Watson*;
- g. Klik tombol *Continue* lalu klik *OK*;
- h. Perhatikan *Output* dengan judul *Model Summary*.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat kaitan secara linear yang signifikan antara dua variabel. Uji ini merupakan syarat yang harus dipenuhi pada saat analisis regresi linear atau korelasi. Apabila probabilitasnya kurang dari 0,05, maka hubungan antara variabel X dan Y dianggap telah linear. Namun sebaliknya, jika nilai probabilitasnya lebih dari 0,05, hubungan antara variabel X dan Y tidak linear.

Berikut ini beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk uji linearitas menggunakan *software* IBM SPSS 25 *for windows*:

- a. Buka file SPSS yang akan diolah datanya;
- b. Pilih menu *Analyze*, pilih *Compare Means*, lalu pilih *Means*;
- c. Isilah kolom *Dependent* dengan total variabel Y dan *Independents* dengan total variabel X;

- d. Klik *Option*, pada *Statistic for First Layer* klik *Test for Linearity*;
- e. Klik *Continue*, klik *OK* guna mengakhiri perintah dan memunculkan *Output*.

6. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi digunakan untuk menentukan kekuatan hubungan antar dua variabel. (Sekaran & Bougie, 2016) menjelaskan bahwa korelasi positif sempurna, yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi mendekati atau sama dengan +1, menandakan adanya perubahan besar dalam satu variabel diikuti oleh perubahan yang sebanding atau ekuivalen dalam arah yang sama pada variabel lainnya. Nilai koefisien korelasi (R) bervariasi antara 0 hingga 1. nilai yang mendekati 1 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel, sementara nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah. Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan adalah Korelasi *Product Moment*, yang dijelaskan sebagai berikut:

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

Sumber : (Malhotra et al., 2017)

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

$\sum$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut (De Vaus, 2002), dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut::

TABEL 3.6
INTERPRETASI DE VAUS KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
----------------	--------------

Besarnya Nilai	Interpretasi
0.00	Tidak Terdapat Korelasi
0.01 – 0.099	Tidak Signifikan
0.10 – 0.299	Lemah
0.30 – 0.499	Moderat
0.50 – 0.699	Kuat
0.70 – 0.899	Sangat Kuat
> 0.90	Hampir Sempurna

Sumber: (De Vaus, 2002)

7. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R-squared) digunakan dalam analisis korelasi untuk mengetahui persentase sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi atau perubahan dalam variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dinyatakan dalam persentase (%) dan dihitung menggunakan rumus berikut.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan analisis korelasi (R) dan analisis determinasi (R-squared) menggunakan IBM SPSS 25 *for Windows*:

- Buka file SPSS yang ingin diolah.
- Klik menu "Analyze", kemudian pilih "Regression" dan pilih "Linear".
- Di jendela "Linear Regression", masukkan variabel dependen (Y) ke dalam kotak "Dependent" dan variabel independen (X) ke dalam kotak "Independent(s)".
- Pada kotak "Method", pilih "Backward".
- Klik tombol "Statistics".

- f. Di jendela "*Linear Regression: Statistics*", aktifkan pilihan "*Covariance matrix*", "*Collinearity Diagnostics*", dan "*Durbin Watson*".
- g. Klik tombol "*Continue*" untuk kembali ke jendela "*Linear Regression*".
- h. Klik tombol "*OK*" untuk menjalankan analisis regresi dan menghitung korelasi (R) dan determinasi (R-squared).
- i. Perhatikan *output* yang dihasilkan oleh SPSS pada bagian "*Model Summary*" dalam *output* tersebut.

8. Pengujian Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*)

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Metode ini melibatkan dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen tunggal. Analisis regresi linier berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun hubungan matematis antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen yang berskala interval (Malhotra et al., 2017). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), analisis regresi berganda menghasilkan suatu metode untuk menilai tingkat dan karakter hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan menampilkan koefisien regresi dari tiap variabel independen dalam memprediksi variabel dependen.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen mengalami perubahan naik ataupun turun. Dalam penelitian ini variabel yang dianalisis adalah variabel independen *Food Experience* (X) yang terdiri dari *food quality* (X1), *service quality* (X2), *atmosphere and mood* (X3), *location and accessibility* (X4), *price and value* (X5) dan variabel dependen *revisit intention* (Y). Menghitung analisis regresi berganda dilakukan melalui persamaan regresi berganda yang dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Sumber: (Malhotra et al., 2017)

Keterangan:

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Variabel *dependent* (*Revisit Intention*)

X_1 = *Food quality*

X_2 = *Service quality*

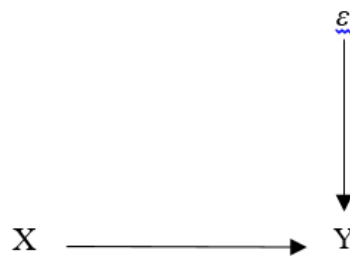
X_3 = *Atmosphere and mood*

X_4 = *Location and accessibility*

X_5 = *Price and value*

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambarkan struktur hipotesis, seperti pada Gambar 3.1 berikut.



GAMBAR 3.1 DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

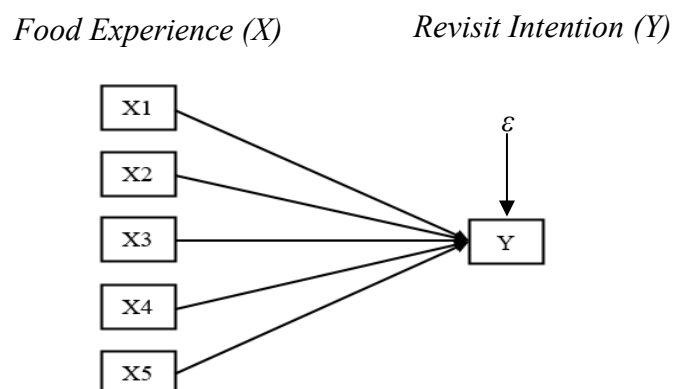
Keterangan:

X = *Food Experience*

Y = *Revisit Intention*

ε = *Epsilon* (variabel lain yang tidak diteliti)

Diagram hipotesis tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub-hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, yaitu seperti Gambar 3.2 sebagai berikut.



GAMBAR 3.2
REGRESI LINEAR BERGANDA

Keterangan:

X_1 = Food quality

X_2 = Service quality

X_3 = Atmosphere and mood

X_4 = Location and accessibility

X_5 = Price and value

Y = Variabel *dependent* (Revisit Intention)

ε = Epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

2. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Langkah akhir dalam analisis data adalah menguji hipotesis untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan dan dapat diandalkan antara variabel independen dan variabel dependen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memutuskan apakah H_0 ditolak atau H_1 diterima berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk memastikan apakah ada bukti statistik yang cukup untuk mendukung hubungan yang dihipotesiskan. Hasil dari pengujian ini akan membantu dalam memberikan interpretasi yang lebih tepat terhadap hasil analisis data.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji f , yang juga dikenal sebagai uji signifikansi keseluruhan, pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{M(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada uji f dapat ditulis sebagai berikut:

H_0 : $PYX = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Food Experience* terhadap *Revisit Intention* pada *Hidden Gems Cafe* Kota Bandung.

H_1 : $PYX \neq 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi *Food Experience* terhadap *Revisit Intention* pada *Hidden Gems Cafe* Kota Bandung.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan:

1. Tolak H_0 , terima H_1 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya X memiliki pengaruh terhadap Y
2. Terima H_0 , tolak H_1 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya X tidak memiliki pengaruh terhadap Y

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Secara umum, uji t digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada uji t dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0: PYX_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Food quality* terhadap *Revisit Intention*.

$H_1: PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Food quality* terhadap *Revisit Intention*.

2. $H_0: PYX_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service quality* terhadap *Revisit Intention*.

$H_1: PYX_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service quality* terhadap *Revisit Intention*.

3. $H_0: PYX_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Atmosphere and mood* terhadap *Revisit Intention*.

$H_1: PYX_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Atmosphere and mood* terhadap *Revisit Intention*.

4. $H_0: PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Location and accessibility* terhadap *Revisit Intention*.

$H_1: PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Location and accessibility* terhadap *Revisit Intention*.

5. $H_0: PYX_5 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Price and value* terhadap *Revisit Intention*.

$H_1: PYX_5 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Price and value* terhadap *Revisit Intention*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan:

1. Tolak H_0 , terima H_1 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
2. Terima H_0 , tolak H_1 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$