

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *eksplanatori*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Desain penelitian didasarkan pada pengembangan *Mehrabian-Russell Model (Stimulus–Organism–Response)*, di mana faktor *essential* dan faktor *peripheral* diposisikan sebagai stimulus, *customer experience* sebagai organism, dan *revisit intention* sebagai response. Dengan demikian, penelitian ini berorientasi pada prediksi (*prediction oriented*) serta pengembangan model teoretis dalam konteks coffee shop di Kota Bandung.

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Pemilihan metode ini didasarkan pada sifat penelitian yang menekankan prediksi, fleksibilitas PLS-SEM terhadap distribusi data non-normal, serta kemampuannya menangani konstruk komposit dan hierarkis. Selain itu, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden telah memenuhi syarat minimum 10 times rule (Hair et al., 2019), sehingga hasil analisis dapat dianggap valid (Sarstedt et al., 2014).

3.2. Subyek dan Objek Penelitian

Penelitian ini melibatkan empat variabel utama sebagai objek kajian, yaitu variabel Faktor *Essential*, variabel Faktor *Peripheral*, variabel *Customer experience*, dan variabel *Revisit intention*. Dimana variabel Faktor *Essential* sebagai (X_1) dan Faktor *Peripheral* (X_2) yang merupakan variabel bebas (*Independent variable*), sedangkan variabel *Customer experience* sebagai (Y), dan variabel *Revisit intention* sebagai (Z) yang merupakan variabel terikat (*Dependent variable*). Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan dari kedai kopi di Kota Bandung yaitu *Tahura Coffee*, *Sejiwa Coffee*, dan *Eighteen Coffee*.

Ketiga objek penelitian, yaitu *Tahura Coffee*, *Sedjiwa Coffee*, dan *Eighteen Coffee* Bandung, dipilih karena telah memenuhi standar usaha kafe/kedai kopi sesuai

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2014, sehingga *essential factor* berupa fasilitas dasar, kebersihan, dan kenyamanan telah terjamin. Namun, yang membedakan ketiganya adalah keunggulan pada *peripheral factor*. Tahura Coffee menonjolkan pengalaman sensori melalui suasana alam, udara segar, dan pemandangan hutan; Sedjiwa Coffee menekankan pelayanan ramah, kualitas kopi premium, serta fasilitas *co-working space* untuk mendukung produktivitas; sedangkan Eighteen Coffee menawarkan interior artistik, menu variatif, dan *spot foto* estetik yang memperkuat pengalaman sosial dan kognitif pelanggan. Faktor-faktor tersebut secara signifikan berkontribusi dalam membentuk *customer experience* yang unik dan mendorong *revisit intention* (Han & Hyun, 2017; Jang et al., 2021; Wang et al., 2024).

Ketiga kedai kopi ini memiliki rating diatas 4,5 di Google dengan jumlah kunjungan lebih dari 3000 pelanggan berdasarkan Google rate. Selain itu, dengan populasi yang beragam dan gaya hidup masyarakat yang dinamis, pelanggan kedai kopi dari tiga kedai kopi ini merupakan representasi yang baik untuk memahami preferensi konsumen dan niat untuk kembali berkunjung, sehingga memberikan wawasan yang berharga bagi industri kedai kopi secara keseluruhan.

3.3. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dilakukan guna menguraikan dimensi, indikator, serta variabel penelitian secara lebih terperinci. Tahapan ini juga bertujuan untuk menetapkan skala pengukuran yang tepat bagi setiap variabel, sehingga proses pengujian hipotesis dapat dilakukan secara akurat dan sistematis. Menurut Muhidin (2010), operasionalisasi variabel merupakan tahapan dalam penelitian yang bertujuan untuk menyederhanakan konsep variabel ke dalam bentuk yang lebih terukur, yaitu melalui penjabaran ke dalam sejumlah indikator. Proses operasionalisasi ini berfungsi sebagai pedoman dalam merancang instrumen penelitian, sehingga perlu dilakukan dengan ketelitian tinggi guna memastikan tercapainya validitas dan reliabilitas yang optimal.

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (eksogen) yang meliputi Faktor *Essential* (X1), Faktor *Peripheral* (X2), variabel mediasi *Customer experience* (Y) serta variabel terikat (endogen) yaitu *Revisit intention* (Z). Rincian lebih lanjut terkait

operasionalisasi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Operasional Variabel berikut:

Tabel 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel Penelitian	Indikator	Deskripsi Indikator	Skala	No. Item
Essential Faktor (Variabel X1) Terdapat indikator <i>Essential</i> yang terdapat dalam <i>Physical Evidence</i> yaitu Kebersihan, Pencahayaan, dan Furnitur (AbuThahir & Krishnapillai, 2018; Marinkovic et al., 2014; Waxman, 2006)	Kualitas Kopi	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kenikmatan kopi yang disajikan.	Ordinal	1
	Harga Kopi	Tingkat kepuasan Pelanggan terhadap kesesuaian harga dengan kualitas Kopi.	Ordinal	2
	Keramahan Staff	Tingkat keramahan staf saat berinteraksi dengan pelanggan.	Ordinal	3
	Kebersihan	Tingkat kebersihan yang dirasakan oleh pelanggan selama berkunjung ke Kedai Kopi tersebut.	Ordinal	4
	Pencahayaan	Tingkat kenyamanan pencahayaan untuk menikmati kopi yang disajikan	Ordinal	5
	Internet	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan Wi-Fi di area duduk untuk penggunaan perangkat elektronik di kedai kopi.	Ordinal	6
	Furniture	Tingkat kesesuaian kualitas <i>furniture</i> dalam menciptakan suasana nyaman di kedai kopi.	Ordinal	7
Peripheral Faktor (Variabel X2) Peripheral Faktor adalah faktor-faktor tambahan yang memperkaya atau meningkatkan	Pemandangan	Tingkat keindahan pemandangan alam saat berada di Kedai Kopi ini.	Ordinal	8
	Soundscape	Tingkat keunikan suara alam yang dapat dinikmati saat berkunjung ke kedai kopi.	Ordinal	9
	Aroma	Tingkat kesesuaian aroma kopi dalam meningkatkan pengalaman bersantai pelanggan di kedai kopi.	Ordinal	10

pengalaman pelanggan, tetapi bukan merupakan elemen dasar (Becker & Jaakkola, 2020; Y. Chen et al., 2018; Zha et al., 2020).	Dekorasi	Tingkat keunikan dekorasi dalam mempengaruhi pengalaman bersantai pelanggan.	Ordinal	11
	Musik	Tingkat kesesuaian jenis musik yang disajikan saat berada di kedai kopi	Ordinal	12
	Suhu	Tingkat kenyamanan suhu saat berada di kedai kopi	Ordinal	13
Customer experience (variabel Y) Menurut (Keiningham et al., 2017), ada beberapa indikator pengalaman pelanggan, yakni: (1) <i>Cognitive</i> ; (2) <i>Emotional</i> ; (3) <i>Physucal</i> ; (4) <i>Sensory</i> ; (5) <i>Social</i> .	Cognitive	Tingkat keberhasilan kedai kopi dalam membangun pengalaman yang berkesan.	Ordinal	14
	Emotional	Tingkat kenangan emosional ketika berada di kedai kopi tersebut.	Ordinal	15
	Physical	Tingkat <i>kenyamanan</i> fisik yang dirasakan saat berada di kedai kopi.	Ordinal	16
	Sensory	Tingkat kemampuan kedai kopi dalam menciptakan atmosfer yang memikat.	Ordinal	17
	Social	Tingkat kenyamanan dalam berinteraksi dengan teman/keluarga di kedai kopi.	Ordinal	18
Revisit intention (Variabel Z) <i>Revisit intention</i> merujuk pada kecenderungan atau kemungkinan seorang wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi yang pernah dikunjungi	Intention To Revisit	Tingkat keinginan pelanggan untuk mengunjungi kembali kedai kopi tersebut.	Ordinal	19
	Intention To Recommend	Tingkat kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kedai kopi kepada orang lain.	Ordinal	20

sebelumnya (Lin, 2012)				
---------------------------	--	--	--	--

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi penelitian merujuk pada sekelompok individu atau objek yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini dapat membatasi populasi berdasarkan sejumlah karakteristik yang beragam, termasuk lokasi, demografi, sumber daya yang tersedia, serta konteks sosial dan ekonomi yang relevan (Boyd et al., 2018; Welsh & Swain, 2020). Sehingga dapat diartikan populasi merupakan semua subjek atau objek yang terdapat pada lokasi penelitian yang sesuai dengan karakteristik yang akan diteliti.

Ketiga objek penelitian, yaitu Tahura Coffee, Sedjiwa Coffee, dan Eighteen Coffee Bandung, dipilih karena telah memenuhi standar usaha kafe/kedai kopi sesuai Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2014, sehingga essential factor berupa fasilitas dasar, kebersihan, dan kenyamanan telah terjamin. Namun, yang membedakan ketiganya adalah keunggulan pada peripheral factor. Tahura Coffee menonjolkan pengalaman sensori melalui suasana alam, udara segar, dan pemandangan hutan; Sedjiwa Coffee menekankan pelayanan ramah, kualitas kopi premium, serta fasilitas co-working space untuk mendukung produktivitas; sedangkan Eighteen Coffee menawarkan interior artistik, menu variatif, dan spot foto estetik yang memperkuat pengalaman sosial dan kognitif pelanggan. Faktor-faktor tersebut secara signifikan berkontribusi dalam membentuk customer experience yang unik dan mendorong revisit intention (Han & Hyun, 2017; Jang et al., 2021; Wang et al., 2024).





Gambar 3. 2
Sedjiwa Coffee

Gambar 3. 1
Tahura Coffee



Gambar 3. 3
Eighteen Coffee

Selain itu, dengan populasi yang beragam dan gaya hidup masyarakat yang dinamis, pelanggan kedai kopi di Bandung merupakan representasi yang baik untuk memahami preferensi konsumen dan niat untuk kembali berkunjung, sehingga memberikan wawasan yang berharga bagi industri kedai kopi secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan banyaknya pelanggan yang melakukan *revisit* setelah kedatangannya pertama kali. Berdasarkan uraian tersebut, Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa Populasi yang relevan dalam penelitian ini adalah individu yang pernah memiliki pengalaman berkunjung ke ketiga kedai kopi yang dijadikan objek kajian.

3.4.2. Sampel

Pada penelitian kuantitatif, (Sugiyono, 2014) Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan hal yang mencakup sebagian dari total anggota populasi Selain itu, sampel berfungsi untuk merepresentasikan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Teknik pengambilan sampel diterapkan ketika jumlah populasi terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh, sementara peneliti dihadapkan pada keterbatasan waktu, tenaga, maupun sumber daya lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) karena model konseptual didasarkan pada teori Mehrabian–Russell (Stimulus–Organism–Response; S–O–R), di mana *Essential Factor* dan *Peripheral Factor* berfungsi sebagai stimulus, *Customer Experience* sebagai organism,

dan *Niat Berkunjung Kembali* sebagai response (Mehrabian & Russell, 1974). Model ini mencakup konstruk yang bersifat komposit hierarkis (HCM), sehingga memerlukan teknik estimasi yang tepat. PLS-SEM sesuai karena mampu menangani konstruk formatif dan reflektif sekaligus, serta lebih menekankan pada prediksi varian konstruk endogen (Hair et al., 2021; Sarstedt et al., 2019). Metode ini juga efisien pada ukuran sampel menengah dan tangguh terhadap data yang tidak berdistribusi normal (Ringle et al., 2023).

Menurut Ghazali & Latan (2015) PLS-SEM tidak memerlukan sampel yang besar sehingga sejumlah 30 hingga 100 kasus dianggap sebagai jumlah yang direkomendasikan. Hair et al. (2011) salah satu pendekatan yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dalam model jalur PLS adalah metode yang dikenal dengan sebutan *10 times rule*. Dalam metode ini, proses menghitung ukuran sampel minimal dengan mengalikan 10 dengan jumlah variabel yang mempengaruhi. Dalam konteks penelitian ini, jumlah variabel endogen adalah 3, sehingga sampel minimal yang dibutuhkan adalah $10 \times 3 = 30$. Meskipun, pada umumnya, ukuran sampel yang lebih besar dari 100 dianggap lebih baik, namun ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 juga dapat diterima, tergantung pada konteks penelitian yang sedang dijalani. Kock & Hadaya (2018) menjelaskan bahwa ukuran sample didasarkan pada uji statistic 80%, dengan signifikansi koefisien jalur 0,20 dan tingkat signifikansi 5% maka ukuran sample minimum yang diperlukan minimal 142 responden. Hal ini didukung oleh pernyataan Hair et al. (2021) yang menjelaskan bahwa koefisien jalur dengan signifikansi 0,20 dengan signifikansi 5% maka diperlukan sample sebanyak 250 responden. Mengacu pada pertimbangan tersebut, penelitian ini melibatkan sebanyak 150 responden sebagai sampel penelitian yang merupakan pengunjung Kedai Kopi di Kota Bandung yaitu *Tahura Coffee*, *Sejiwa Coffee*, dan *Eighteen Coffee*.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah pendekatan yang digunakan untuk memilih sebagian anggota dari populasi yang besar atau tidak terhingga dengan tujuan agar sampel tersebut dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan (Sumargo, 2020). Secara umum, terdapat dua pendekatan utama dalam penentuan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Pada penelitian ini, digunakan teknik *non-*

probability sampling, yakni metode pemilihan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi bagian dari sampel.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel secara sengaja dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik responden terhadap tujuan penelitian. Oleh karena itu, metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive* dianggap tepat digunakan dalam studi ini, dengan harapan bahwa responden yang terpilih benar-benar mewakili kebutuhan penelitian. Penentuan sampel dilakukan berdasarkan kriteria khusus yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu:

1. Rentang usia antara remaja akhir sampai lansia akhir (15 – 65 tahun);
2. Pernah atau telah mengunjungi ke 3 kedai kopi tersebut.

Penyebaran kuisioner akan dilakukan secara langsung di lokasi, melalui media sosial, dan melalui pesan teks (menggunakan link Google Form). Tentu saja sebelumnya perlu dipastikan bahwa pengisi kuisioner merupakan pelanggan yang pernah datang ke *Tahura Coffee*, *Sejiwa Coffee*, dan *Eighteen Coffee*, agar tujuan penelitian dapat tercapai. Pertanyaan yang ditanyakan sesuai dengan variable dan indikator – indikator yang telah disebutkan sebelumnya.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis sumber data yang didapatkan pada suatu penelitian terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Penjelasan mengenai jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder, disajikan sebagai berikut (Malhotra, 2010):

- a. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau permasalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber-sumber yang ada sebelumnya. Pada studi ini, data sekunder diperoleh dari hasil telaah terhadap berbagai referensi seperti literatur akademik, artikel ilmiah, *e-book*, jurnal, dan sumber data kredibel lainnya.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain kuesioner daring, dokumentasi, serta panduan wawancara semi-terstruktur. Kuesioner didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun untuk memperoleh tanggapan dari responden sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pertanyaan dalam kuesioner dirancang secara sistematis berdasarkan urutan indikator yang merepresentasikan setiap faktor yang diteliti. Masing-masing pertanyaan disertai dengan alternatif jawaban, yang disusun menggunakan skala Likert. Skala ini memungkinkan responden memberikan jawaban dengan tingkat penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif, sebagaimana dijelaskan oleh (Joshi et al., 2015). Penjabaran skala Likert yang digunakan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2
Instrumen Penelitian

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Skala likert ini, tentunya dipakai untuk menguji pada statistik deskriptif kuantitatif pada setiap pertanyaan penelitian yang meliputi jawaban distribusi frekuensi, bobot nilai tanggapan, skor masing-masing item, nilai rata-rata per butir pertanyaan, serta penjelasan kategori berdasarkan distribusi jawaban responden.

3.6.1. Uji Validitas

Validitas instrumen dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik korelasi *Product Moment* berdasarkan metode Karl Pearson. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dalam instrumen terhadap skor total, yaitu jumlah dari seluruh item. Item yang memiliki korelasi signifikan terhadap skor total menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan memberikan kontribusi dalam mengukur variabel yang dimaksud, sehingga dianggap valid. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (dengan uji dua sisi dan tingkat signifikansi 0,05). Perhitungan validitas ini mengacu pada rumus korelasi *Product Moment* yang disajikan berikut:

Gelar Mahendra, 2025

PENGARUH ESSENTIAL FAKTOR DAN PERIPHERAL FAKTOR TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE COFFEE SHOP

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

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

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antarvariabel X dan Y
 X : Skor tiap butir angket dari tiap responden
 Y : Skor total
 $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$: Jumlah jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$: Jumlah jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n : Banyaknya responden

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana konsistensi hasil pengukuran yang dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*). Dalam pengujian tersebut, peneliti menggunakan metode *Cronbach's alpha*, dengan rumus perhitungannya yang akan dijelaskan pada bagian berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen/koefisien korelasi/korelasi alpha
 k : banyaknya butir soal
 $\sum \sigma_i^2$: jumlah varians butir
 σ_t^2 : varians total

3.7. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Berbagai metode dapat diterapkan dalam proses ini, antara lain

kuesioner, wawancara, observasi, tes, dan dokumentasi. Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Studi literatur merupakan metode pengumpulan data, teori, dan informasi yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu essential factor, peripheral factor, customer experience, dan revisit intention. Studi literatur pada penelitian ini bersumber dari berbagai referensi, termasuk repositori Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) serta karya ilmiah seperti skripsi, tesis, dan disertasi, serta referensi dari jurnal ilmiah, e-book, selain itu sumber literatur juga diperoleh melalui mesin pencari akademik seperti *Google Scholar*, portal berita, serta berbagai basis data jurnal ilmiah, antara lain ScienceDirect, ResearchGate, Emerald Insight, Elsevier, dan Taylor & Francis Online.
2. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan instrumen berupa daftar pertanyaan kepada responden untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*, di mana beberapa pertanyaan disusun secara bertingkat untuk mengukur sikap tertentu dari responden. Skala *Likert* ini memungkinkan responden memilih dari lima alternatif jawaban yang mencerminkan tingkat persetujuan atau penolakan secara tegas. Responden kemudian memberikan tanggapan pribadi yang nantinya akan dianalisis berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.
 - a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
 - b. Tidak Setuju (TS) = 2
 - c. Ragu – ragu (RR) = 3
 - d. Setuju (S) = 4
 - e. Sangat Setuju (SS) = 5

3.8. Metode Analisis Data

Berdasarkan tujuan dan karakteristik penelitian ini, metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Pemilihan SEM-PLS didasarkan pada beberapa pertimbangan penting. Pertama, penelitian ini bersifat prediktif dan eksploratif, dengan fokus pada pengaruh faktor essential dan peripheral terhadap customer experience serta dampaknya terhadap niat berkunjung kembali. Secara khusus, penelitian ini mengembangkan Mehrabian-Russell Model (Stimulus–

Organism–Response) ke dalam konteks coffee shop, dengan menambahkan faktor *essential* dan *peripheral* sebagai stimulus yang memengaruhi *customer experience* (organism) dan *revisit intention* (response). Hal ini sesuai dengan karakteristik PLS-SEM yang lebih tepat digunakan dalam penelitian prediktif, eksploratif, serta ketika model struktural masih dalam tahap pengembangan (Hair et al., 2019; Sarstedt et al., 2014). Kedua, SEM-PLS lebih fleksibel dalam mengatasi data yang tidak sepenuhnya berdistribusi normal dan tetap dapat digunakan secara efektif pada jumlah sampel yang relatif kecil hingga sedang (Hair et al., 2017), sedangkan SEM-AMOS memiliki keterbatasan pada distribusi data dan mensyaratkan sampel yang lebih besar untuk hasil yang valid. Ketiga, model dalam penelitian ini cukup kompleks, melibatkan beberapa konstruk laten dan indikator, sehingga SEM-PLS dinilai lebih efisien dalam melakukan estimasi model struktural dan pengukuran secara simultan. Oleh karena itu, dengan menggunakan software SmartPLS, pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai hubungan antar variabel dalam model, serta memberikan kontribusi praktis bagi peningkatan strategi pengalaman pelanggan di industri coffee shop.

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif

Analisis statistik deskriptif kuantitatif berfungsi guna mendapatkan data secara langsung dari tanggapan responden yang diberikan oleh para pengunjung (Utama & Mahadewi, 2012). Meskipun demikian, hasil yang diperoleh berupa data mentah (*raw data*) dan tidak mampu membuktikan hasil yang jelas berdasarkan kondisi kuantitatif yang ada. Maka dari itu, data harus diolah dan disajikan dengan cara yang terstruktur dan mudah diinterpretasikan. Salah satu cara penyajian data adalah dalam bentuk *array data*, yaitu data yang diurutkan secara sistematis dari nilai terkecil hingga terbesar. Data yang telah tersusun ini kemudian ditampilkan dalam tabel distribusi frekuensi untuk mempermudah interpretasi.

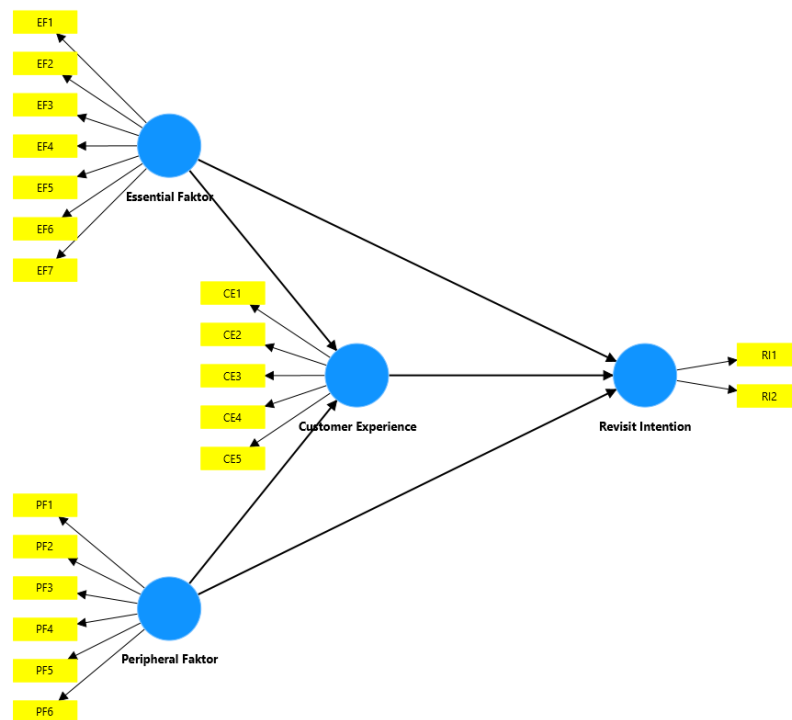
Penyusunan tabel distribusi frekuensi dilakukan melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah menentukan jumlah kelas interval berdasarkan skala Likert yang digunakan. Tahap kedua meliputi penetapan rentang atau panjang setiap kelas interval. Selanjutnya, pada tahap ketiga, data ditabulasikan ke dalam kategori yang sudah ditetapkan serta frekuensi dari masing-masing kelas dihitung serta dijumlahkan.

3.8.2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Hair et al. (2019), *SEM-PLS* merupakan metode statistik multivariat yang digunakan untuk menguji rangkaian hubungan antar variabel secara simultan dengan tujuan utama dalam studi prediksi, eksplorasi, atau pengembangan model struktural. Dalam hal ini SEM digunakan untuk mengeksplorasi faktor *Essential* dan *Peripheral* kedai kopi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan dampaknya terhadap niat berkunjung kembali, dengan sasaran responden yaitu pengunjung atau konsumen.

Penggunaan metode SEM-PLS didasarkan pada sejumlah pertimbangan, antara lain karena pendekatan ini tidak mensyaratkan asumsi distribusi data tertentu, seperti distribusi normal, mampu mengakomodasi model penelitian yang kompleks, serta sesuai untuk penelitian yang berorientasi pada pengujian model teoritis dengan fokus pada prediksi, eksplorasi, atau pengembangan model struktural (Hair et al., 2019). Menurut Yamin (2022), evaluasi dalam SEM-PLS mencakup tiga aspek utama, yaitu evaluasi terhadap model pengukuran (*measurement model*), evaluasi terhadap model struktural (*structural model*), serta penilaian terhadap kebaikan dan kecocokan model (*goodness of fit*). Variabel *essential factor*, *peripheral factor*, dan *customer experience* diukur secara reflektif dan *revisit intention* diukur secara formatif.

Structural Equation Modeling (SEM) terdiri dari dua jenis model utama, yakni model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran berfungsi untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten, baik eksogen maupun endogen, dengan indikator-indikator yang merepresentasikannya. Dalam penelitian ini, struktur model pengukuran dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. 1
Model Penelitian dalam SEM

Diagram jalur digunakan dalam PLS-SEM untuk menggambarkan model. Diagram jalur, menurut Hult et al. (2018), menunjukkan hipotesis dan hubungan antar variabel yang digunakan untuk mengevaluasi analisis pemodelan persamaan struktural. Konstruksi atau variabel digambarkan sebagai lingkaran atau oval, dan indikator manifestnya digambarkan sebagai persegi panjang. PLS-SEM terdiri dari dua model - model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), dan arah panah menunjukkan jenis hubungan di keduanya. Berikut adalah penjelasan tentang model-model ini:

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Konstruksi atau variabel laten didefinisikan oleh model pengukuran dalam PLS-SEM, yang juga disebut sebagai *outer model*. Menurut Hult et al. (2018), model luar (*outer model*) merupakan bagian dari model jalur yang menggambarkan hubungan antara indikator dengan konstruk yang diukurnya. Model ini menjelaskan bagaimana suatu konstruk atau variabel laten direpresentasikan melalui indikator-indikatornya. Proses evaluasi model pengukuran berbeda tergantung pada jenis pengukuran yang digunakan, apakah bersifat reflektif atau formatif. Pada model reflektif, indikator dianggap sebagai representasi yang mengandung kesalahan dari variabel laten, dengan arah hubungan langsung dari konstruk ke indikator. Sementara itu, pada model formatif,

indikator dipandang sebagai pembentuk variabel laten. Dalam penelitian ini, pendekatan model formatif digunakan, di mana kumpulan indikator secara bersama-sama membentuk konstruk melalui hubungan arah (panah) dari indikator ke variabel. Evaluasi model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, sebagaimana dijelaskan pada bagian berikut:

1) Outer Loading atau *Loading Factor*

Outer Loading factor, atau outer loading, merupakan indikator yang digunakan untuk menilai sejauh mana setiap item pengukuran dapat merepresentasikan variabel laten yang diukur. Dalam konteks penelitian dengan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), loading factor berfungsi untuk mengukur validitas konvergen, yaitu sejauh mana indikator-indikator dalam satu variabel laten saling berkorelasi. Nilai loading factor yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mampu merepresentasikan variabel laten dengan baik. Menurut Hair et al. (2021), nilai minimum yang direkomendasikan untuk loading factor adalah 0,70, meskipun nilai 0,60 (Chin, 1998) masih dapat diterima pada kondisi tertentu. Jika suatu item memiliki nilai loading factor di bawah batas tersebut, item tersebut dianggap kurang mampu merefleksikan konstruk laten dan perlu dipertimbangkan untuk dihapus agar model pengukuran menjadi lebih valid.

Penghapusan item dengan loading factor rendah tidak hanya meningkatkan validitas model, tetapi juga membantu memperkuat interpretasi hubungan antarvariabel laten dalam model struktural. Item dengan loading factor rendah dapat mengindikasikan adanya masalah dalam pengukuran, seperti ambiguitas dalam pertanyaan atau ketidaksesuaian antara item dan konstruk laten yang diukur. Oleh karena itu, evaluasi terhadap nilai loading factor menjadi langkah penting dalam proses validasi model. Setelah item yang tidak memenuhi kriteria dihilangkan, dilakukan estimasi ulang model untuk memastikan bahwa hasil akhirnya lebih akurat dan valid. Proses ini penting karena model yang valid tidak hanya mendukung hasil penelitian yang kredibel tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik di bidang yang diteliti.

2) Composite Reliability (CR)

Composite Reliability (CR) adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas atau konsistensi internal dari indikator-indikator dalam mengukur sebuah variabel laten dalam model SEM-PLS. CR menggambarkan sejauh mana indikator-indikator tersebut memberikan hasil yang konsisten dalam merepresentasikan konstruk yang sama. Menurut Hair et al. (2021), nilai CR yang direkomendasikan adalah minimum 0,70. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang memadai dalam pengukuran. Jika nilai CR lebih tinggi, maka tingkat reliabilitas instrumen semakin baik, yang berarti variabel laten diukur dengan konsisten oleh indikator-indikatornya.

Pentingnya evaluasi Composite Reliability dalam penelitian SEM-PLS terletak pada perannya untuk memastikan kualitas data yang dihasilkan oleh model pengukuran. Instrumen yang memiliki nilai CR yang tinggi mampu memberikan hasil yang dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam model struktural. Sebaliknya, nilai CR yang rendah dapat mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan di antara indikator, yang dapat merusak validitas hasil penelitian. Oleh karena itu, memastikan nilai CR yang memadai adalah langkah krusial untuk mendukung kredibilitas temuan penelitian, meningkatkan kepercayaan terhadap model, dan memberikan kontribusi yang valid dalam pengembangan teori maupun aplikasi praktis.

3) Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha adalah ukuran reliabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal suatu instrumen penelitian, terutama dalam model pengukuran SEM-PLS. Cronbach's Alpha menunjukkan sejauh mana item-item dalam satu konstruk atau dimensi memiliki keseragaman dalam mengukur variabel yang sama. Nilai Cronbach's Alpha yang direkomendasikan adalah minimum 0,70 (Hair et al., 2021), yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang baik. Jika nilai ini tercapai atau bahkan lebih tinggi, dapat disimpulkan bahwa item-item pengukuran secara konsisten mencerminkan konstruk laten yang diukur.

Pentingnya Cronbach's Alpha dalam penelitian SEM-PLS terletak pada kemampuannya untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi secara memadai. Dengan menggunakan Cronbach's Alpha, peneliti dapat

mengidentifikasi item-item yang mungkin kurang relevan atau tidak konsisten, sehingga dapat mempertahankan kualitas pengukuran yang tinggi. Meskipun Composite Reliability sering dianggap lebih komprehensif karena mempertimbangkan bobot indikator, Cronbach's Alpha tetap menjadi alat yang penting dalam tahap awal validasi model pengukuran. Dengan demikian, evaluasi nilai Cronbach's Alpha membantu peneliti menghasilkan instrumen yang andal, yang pada gilirannya mendukung hasil analisis yang lebih valid dan kredibel.

4) Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) merupakan indikator yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen dalam model pengukuran *SEM-PLS*. Validitas konvergen mengacu pada sejauh mana serangkaian indikator dalam suatu konstruk mampu secara efektif merepresentasikan konstruk laten yang dimaksud. AVE menunjukkan seberapa besar proporsi varians indikator yang berhasil dijelaskan oleh konstruk dibandingkan dengan varians akibat kesalahan pengukuran. Hair et al. (2021) menyatakan bahwa nilai AVE yang disarankan minimal sebesar 0,50. Nilai ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk, yang berarti konstruk tersebut telah memenuhi kriteria validitas konvergen secara memadai.

Pentingnya AVE dalam penelitian SEM-PLS terletak pada perannya untuk memastikan bahwa konstruk yang diukur mencerminkan realitas yang sebenarnya. Dengan nilai AVE yang tinggi, peneliti dapat yakin bahwa item-item pengukuran memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk laten yang diwakili, sekaligus meminimalkan pengaruh kesalahan pengukuran. Jika nilai AVE rendah, hal ini dapat menunjukkan bahwa beberapa indikator mungkin tidak relevan atau kurang efektif dalam merepresentasikan konstruk, sehingga perlu dilakukan perbaikan model atau penghapusan indikator yang tidak sesuai. Oleh karena itu, evaluasi AVE adalah langkah krusial dalam proses validasi model untuk memastikan hasil penelitian yang akurat dan kredibel.

5) Fornell dan Lacker Criterion

Kriteria Fornell dan Larcker merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan dalam pendekatan SEM-PLS. Validitas

diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda satu sama lain, baik secara konseptual maupun empiris. Dalam metode ini, nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) suatu konstruk harus lebih tinggi daripada nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa suatu variabel laten memiliki kemampuan yang lebih besar dalam menjelaskan indikator-indikator miliknya dibandingkan dengan indikator dari konstruk lain (Hair et al., 2021). Oleh karena itu, kriteria *Fornell dan Larcker* berperan penting dalam memastikan keunikan masing-masing konstruk dalam model pengukuran.

Pentingnya Fornell and Larcker Criterion dalam penelitian SEM-PLS terletak pada kontribusinya untuk menilai kejelasan konseptual dan empiris dari setiap variabel laten. Jika validitas diskriminan tidak tercapai, hal ini dapat mengindikasikan adanya masalah dalam pengukuran atau konstruksi teori yang mendasari model. Misalnya, hubungan yang terlalu tinggi antara dua konstruk mungkin menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut sebenarnya tidak cukup berbeda dan perlu dievaluasi ulang. Dengan memastikan bahwa validitas diskriminan terpenuhi, peneliti dapat meningkatkan keandalan model pengukuran dan menghindari kesimpulan yang bias atau salah akibat kurangnya perbedaan antara konstruk. Oleh karena itu, Fornell and Larcker Criterion menjadi langkah kritis dalam validasi model SEM-PLS untuk menghasilkan temuan penelitian yang kredibel dan mendalam.

6) Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) adalah ukuran lain yang digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan dalam model pengukuran SEM-PLS. Berbeda dari Fornell and Larcker Criterion, HTMT lebih sensitif dalam mendeteksi masalah validitas diskriminan karena memperhitungkan rasio rata-rata korelasi antarindikator dari konstruk yang berbeda (heterotrait) terhadap akar perkalian geometris korelasi antarindikator dari konstruk yang sama (monotrait). Nilai HTMT yang direkomendasikan adalah di bawah 0,90 (Hair et al., 2021), yang menunjukkan bahwa konstruk-konstruk dalam model memiliki tingkat perbedaan yang memadai baik secara teori maupun empiris.

Pentingnya HTMT terletak pada kemampuannya untuk memberikan evaluasi yang lebih akurat terhadap validitas diskriminan dibandingkan metode tradisional

seperti Fornell and Larcker Criterion. HTMT digunakan untuk mendeteksi konstruk yang terlalu serupa atau tidak memiliki batasan yang jelas, yang dapat mengurangi kredibilitas model. Jika nilai HTMT melebihi ambang batas, peneliti perlu mempertimbangkan kembali definisi teoritis dan indikator yang digunakan untuk konstruk terkait, atau mengevaluasi ulang model pengukuran. Dengan memastikan nilai HTMT yang memadai, peneliti dapat menghindari tumpang tindih konseptual antarvariabel dan meningkatkan validitas model secara keseluruhan. Oleh karena itu, HTMT menjadi alat penting dalam proses validasi model pengukuran untuk memastikan hasil penelitian yang berkualitas dan terpercaya.

b. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Menurut Hult et al. (2018), model struktural dalam pendekatan *PLS-SEM* dikenal juga sebagai *Inner Model*. Model ini menggambarkan hubungan antar konstruk atau variabel dalam suatu sistem, serta menunjukkan pola ketergantungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengevaluasi model struktural, terdapat sejumlah indikator atau kriteria yang digunakan dalam proses penilaian:

1) Pemeriksaan Kolinieritas Antara Variabel

Hasil estimasi model dapat dikatakan robust atau tidak bias apabila tidak terdapat kolinearitas, yaitu hubungan yang sangat tinggi antar variabel. Untuk menguji adanya kolinearitas dalam model, digunakan indikator *Inner Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Hair et al. (2021), nilai VIF yang direkomendasikan adalah di bawah 5, yang mengindikasikan bahwa tidak terjadi kolinearitas antar konstruk dalam model.

2) Pengujian Signifikansi Path Coefficient

Pengujian ini berkaitan langsung dengan pengujian hipotesis dalam penelitian. Pada metode SEM-PLS, pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*. Suatu hubungan antar variabel dianggap signifikan apabila nilai *t-statistic* melebihi 1,96 atau nilai *p-value* berada di bawah 0,05.

3) Confidence Interval 95% Path Coefficient

Nilai ini menunjukkan rentang atau selang kepercayaan dari besar pengaruh (*path coefficient*) antar variabel dalam tingkat kepercayaan 95%. Rentang ini menggambarkan seberapa jauh nilai minimum dan maksimum pengaruh yang mungkin terjadi antara variabel yang diteliti.

4) F Square

Nilai *f-square* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Menurut Hair et al. (2021), interpretasi nilai *f-square* dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu pengaruh kecil (0,02), pengaruh sedang (0,15), dan pengaruh besar (0,35).

c. Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model

Evaluasi menyeluruh terhadap model dilakukan untuk menilai sejauh mana model yang dikembangkan dapat diterima. *PLS-SEM* merupakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis varians yang berfokus pada pengujian model teoritis dengan orientasi utama pada studi prediktif. Oleh karena itu, sejumlah ukuran digunakan untuk menilai kelayakan model, antara lain *R square*, *Q square*, *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*, *PLS Predict*, pengujian linearitas (Hair et al., 2019), serta *Goodness of Fit (GoF) Index* seperti yang dikemukakan oleh Sarstedt et al. (2013).

1) R Square

Nilai statistik *R square* digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel endogen dapat dijelaskan oleh satu atau lebih variabel eksogen (atau variabel endogen lainnya) dalam suatu model. Interpretasi terhadap nilai ini dapat bervariasi. Chin (1998) mengemukakan bahwa secara kualitatif, nilai *R square* sebesar 0,19 mencerminkan pengaruh rendah, 0,33 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,66 mengindikasikan pengaruh yang kuat. Sementara itu, Hair et al. (2019) memberikan interpretasi yang sedikit berbeda, yakni 0,25 sebagai kategori pengaruh rendah, 0,50 sebagai pengaruh sedang, dan 0,75 sebagai pengaruh tinggi.

2) Q Square

Nilai *Q-square* digunakan untuk mengukur akurasi prediktif model, yaitu sejauh mana variabel eksogen dan endogen mampu memprediksi variabel endogen dalam model. Ukuran ini berperan sebagai bentuk validasi dalam metode PLS guna menilai relevansi prediktif (*predictive relevance*) dari model yang dibangun. Nilai *Q-square* yang lebih besar dari nol mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif. Menurut Hair et al. (2019), interpretasi nilai *Q-square* secara kualitatif

dikelompokkan menjadi tiga, yaitu 0 menunjukkan pengaruh rendah, 0,25 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,50 menunjukkan pengaruh tinggi.

3) Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

SRMR atau *Standardized Root Mean Square Residual* merupakan indikator kecocokan model (*model fit*) yang mengukur selisih antara matriks korelasi aktual data dengan matriks korelasi yang diestimasi oleh model. Menurut Hair et al. (2021), nilai SRMR yang berada di bawah 0,08 mengindikasikan bahwa model memiliki kecocokan yang baik. Namun demikian, Schelleh et al. (2003) menyatakan bahwa nilai SRMR dalam rentang 0,08 hingga 0,10 masih dapat diterima sebagai model yang memiliki *acceptable fit*.

4) Goodness of Fit Index (GoF Index)

Goodness of Fit Index (GoF) merupakan ukuran evaluasi menyeluruh terhadap model, yang mencakup penilaian terhadap model pengukuran maupun model struktural. Indeks GoF ini hanya dapat diterapkan pada model pengukuran reflektif dan dihitung menggunakan rumus khusus sebagai berikut:

$$\text{Nilai GoF} = \sqrt{\text{rata} - \text{rata AVE} \times \text{rata} - \text{rata R square}}$$

Interpretasi nilai GoF Index ini adalah menurut Wetzels et al (2009) dalam yamin (2022), adalah 0,1 (GoF rendah), 0,25 (GoF medium) dan 0,36 (GoF tinggi).

5) PLS Predict

Partial Least Squares (PLS) merupakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berorientasi pada tujuan prediktif. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan indikator validitas yang mampu menunjukkan sejauh mana model memiliki kemampuan prediksi yang baik, atau yang dikenal dengan istilah *predictive power* (Hair et al., 2019). Untuk menilai seberapa kuat daya prediksi model PLS, hasilnya perlu dibandingkan dengan model dasar, yakni model regresi linier (*Linear Model/LM*). Model PLS dianggap memiliki kemampuan prediktif yang tinggi apabila seluruh item pengukuran pada variabel endogen menunjukkan nilai RMSE (*Root Mean Squared Error*) atau MAE (*Mean Absolute Error*) yang lebih rendah dibandingkan dengan model regresi linier. Jika sebagian besar item, atau minimal 50% dari indikator variabel endogen dalam model PLS, memiliki nilai RMSE dan MAE yang lebih kecil

dari model regresi linier, maka kemampuan prediktif model tergolong sedang. Sebaliknya, jika hanya sebagian kecil item yang memenuhi kriteria tersebut, maka kekuatan prediksi model PLS dikategorikan rendah.

6) Uji Linearity

Menurut Hair et al. (2019), salah satu indikator *robustness check* dalam analisis PLS adalah memastikan adanya hubungan linier antara variabel-variabel yang dihipotesiskan. Mengacu pada Sarstedt et al. (2020), hubungan linier dianggap terpenuhi apabila hasil pengujian terhadap hubungan kuadratik variabel eksogen menunjukkan nilai *p-value* yang tidak signifikan. Dengan demikian, model dapat dikatakan memiliki efek *robustness* yang memadai.