

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai penciptaan *Meal experience* dalam meningkatkan *Behavioral intentions* konsumen. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:58). Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka terdapat macam-macam variabel. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain (Martono, 2010:57). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independent* adalah *Meal experience* (Variabel X) yang terdiri dari *food* (X1), *service* (X2) dan *atmosphere* (X3). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) merupakan variabel yang di akibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Martono, 2010:57), dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah *Behavioral intentions* (Variabel Y) yang terdiri dari keinginan untuk membeli/mengunjungi kembali, kesediaan untuk merekomendasi dan keinginan untuk membeli/membayar lebih.

Unit analisis dari penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Cocorico Cafe & Resto di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional method*. Menurut Silalahi (2012:37) penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang hanya dilakukan pada saat waktu tertentu. Prasetyo dan Jannah (2005:45) juga menambahkan *cross-sectional method* adalah penelitian yang digunakan dalam waktu tertentu dan tidak akan dilakukan penelitian lain di waktu yang berbeda untuk diperbandingkan. Pada penelitian dengan penggunaan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang di gunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan di uji apakah *Meal experience* berpengaruh terhadap peningkatan *Behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe & Resto Bandung. Menurut Silalahi (2012:29) tipe utama penelitian deskriptif mencakup penilaian sikap atau pendapat tentang individu, organisasi, peristiwa atau prosedur. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *meal experience* di Cocorico Cafe&Resto dan *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe Bandung.

Sementara itu penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis dengan mengumpulkan data di lapangan. Sugiyono (2012:54) mengatakan bahwa penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda.

Berdasarkan jenis penelitiannya yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Prasetyo dan Jannah (2005:49) metode survei merupakan penelitian yang menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak di manipulasi oleh peneliti. Sedangkan Silalahi (2012:38) mengatakan bahwa penelitian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dan informasi dikumpulkan dari sampel atau responden dengan menggunakan angket atau wawancara.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini di operasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu variabel *independent* (bebas) adalah *Meal experience* (X) yang terdiri dari *food* (X_{1-1}), *service* (X_{1-2}) dan *atmosphere* (X_{1-3}). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu *Behavioral intentions* (Y) yang terdiri dari

Isni Ainulyaqin, 2015

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

revisit intentions, willingness to recommend dan willingness to purchase (pay) more. Menurut Silalahi (2012:200) operasionalisasi merupakan kegiatan mengubah konsep atau variabel menjadi indikator atau mengkonstruksi indikator-indikator untuk variabel. Indikator ini kemudian menjadi pertanyaan penelitian operasional. Secara lebih rinci dapat terlihat berdasarkan operasionalisasi variabel pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Meal experience (X)</i>	<p><i>“Meal experience is perceived as the total dining experience which includes good service, design elements (decor), location, dining precincts and intangible aspects such as ambience/atmosphere or the general excitement a place generates, which is thought to enhance the restaurant experience.”</i></p> <p>Pengalaman makan adalah total pengalaman makan yang diterima termasuk pelayanan yang baik, desain elemen (dekorasi), lokasi, sekeliling ruang makan dan aspek tak berwujud seperti suasana atau menghasilkan kegembiraan di tempat umum, yang menimbulkan peningkatan pengalaman di restoran. (Kleynhans, 2003:26)</p>					
	<i>Food(X₁)</i>	Makanan dalam restoran memiliki kontribusi dalam penciptaan pengalaman makanan seorang turis melalui koneksi hidangan makanan yang ditawarkan (Kleynhans, 2003:29)	<i>Sensory Attributes</i>	Tingkat kemenarikan presentasi makanan dan minuman	Ordinal	1
				Tingkat aroma makanan yang disajikan	Ordinal	2
				Tingkat kelezatan rasa dari makanan dan minuman	Ordinal	3
				Tingkat kesesuaian suhu makanan dan minuman dengan yang disajikan	Ordinal	4
			<i>Menu Variety</i>	Tingkat keberagaman variasi menu yang ditawarkan	Ordinal	5
				Tingkat kemenarikan variasi menu yang ditawarkan	Ordinal	6
			<i>Food Quality</i>	Tingkat kesesuaian porsi makanan dengan harga yang ditawarkan	Ordinal	7
	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal		8		
<i>The Service (X₂)</i>	Pelayanan yang	<i>Friendly, polite and</i>	Tingkat keramahan karyawan pada	Ordinal	9	

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item		
		diterima selama pengalaman makan disampaikan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi konsumen, yang sebagai pelanggan lebih dipengaruhi oleh orang-orang, kepribadian mereka dan suasana hati. (Kleynhans, 2003:34)	<i>helpful staff</i>	konsumen				
					Tingkat kesopanan karyawan pada konsumen	Ordinal	10	
					Tingkat kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	Ordinal	11	
				<i>Attentive Staff</i>	Tingkat ketepatan penyajian produk yang disajikan	Ordinal	12	
						Tingkat perhatian karyawan pada kebutuhan konsumen	Ordinal	13
				<i>Efficient Service</i>	Tingkat pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen	Ordinal	14	
				<i>Knowledge</i>	Tingkat pengetahuan karyawan terhadap produk yang ada	Ordinal	15	
				<i>Sympathetic handling complaint</i>	Tingkat perhatian karyawan pada keluhan dan pertanyaan konsumen	Ordinal	16	
	<i>Atmosphere (X₃)</i>	Suasana terdiri dari segala sesuatu yang membuat kesan pada konsumen. Orang ingin merasakan pengalaman makan - melarikan diri dari masalah dan lingkungan sehari-hari (Kleynhans, 2003:37)	<i>Restaurant's temperature and appearance</i>	Tingkat kenyamanan suhu di area restoran	Ordinal	17		
						Tingkat kebersihan lantai dan fasilitas umum di Cocorico	Ordinal	18
						Tingkat keunikan bangunan Cocorico Café	Ordinal	19
					<i>Table setting, crockery and cutlery</i>	Tingkat kesesuaian penyusunan tata letak meja dan kursi di area restoran	Ordinal	20
							Tingkat kemenarikan furniture yang digunakan	Ordinal
					<i>Staff Appearance</i>	Tingkat kemenarikan dari penampilan karyawan	Ordinal	22
							Tingkat kerapihan dari penawaran karyawan	Ordinal
					<i>Decor</i>	Tingkat kemenarikan desain interior	Ordinal	24

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				Cocorico		
				Tingkat kemandirian desain exterior Cocorico	Ordinal	25
			<i>General excitement a place generates</i>	Tingkat kesesuaian pencahayaan di area restoran	Ordinal	26
				Tingkat kesesuaian suasana yang diciptakan di Cocorico dengan pembentukan perasaan dan emosi konsumen	Ordinal	27
				Tingkat kesesuaian musik yang dimainkan dengan suasana restoran	Ordinal	28
<i>Behavioral intentions (Y)</i>	<i>behavioral intentions is the degree to which a person has formulated conscious plans to perform or not perform some specified future behaviour</i> niat perilaku adalah sejauh mana seseorang telah dirumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku masa depan yang ditetapkan. (Jang dan Namkung, 2009:454)					
			<i>Revisit intentions</i>	Tingkat kesediaan untuk mengunjungi kembali dikemudian hari	Ordinal	29
				Tingkat kesediaan untuk mempertimbangkan Cocorico sebagai pilihan utama bagi konsumen	Ordinal	30
			<i>Willingness to recommend</i>	Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada konsumen lain	Ordinal	31
				Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga ke Cocorico Cafe	Ordinal	32
				Tingkat kesediaan dalam menganjurkan untuk datang ke Cocorico Cafe	Ordinal	33
			<i>Willingness to purchase (Pay More)</i>	Tingkat kesediaan konsumen untuk tetap membeli produk Cocorico ketika terjadi	Ordinal	34

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				kenaikan harga		
				Kesediaan konsumen untuk tetap berlangganan ketika terjadi perubahan harga	Ordinal	35

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Silalahi (2012:280), data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Menurut sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Silalahi (2012:289) mengemukakan bahwa data primer adalah suatu objek atau dokumen original – material mentah dari perilaku yang disebut “*first-hand information*”, sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian yang dilakukan (Silalahi, 2012:291).

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 dibawah ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data
Data Sekunder		
1	Data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung	Disbudpar Bandung 2012
2	Daftar nama cafe dan restoran Kota Bandung	Internet
3	Tingkat kunjungan Cocorico Cafe	Cocorico Cafe & Resto
4	Profil Perusahaan	Cocorico Cafe & Resto
Data Primer		
1	Tanggapan konsumen mengenai <i>meal experience</i> Cocorico Cafe	Responden
2	Tanggapan konsumen mengenai <i>behavioral intentions</i>	Responden

Sumber : Pengolahan dari berbagai sumber, 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Pendefinisian populasi merupakan langkah pertama yang sangat penting, dari sini dapat tergambar bagaimana keadaan populasi, sub-sub unit populasi, karakteristik umum populasi serta keluasan populasi tersebut (Suharsaputra, 2012:115). Martono (2010:74) mendefinisikan bahwa populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek atau peristiwa (Silalahi, 2009:253).

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sarannya. Populasi dapat dibedakan antara populasi target atau sasaran dan populasi sampel, dalam penelitian ini populasinya merupakan populasi target atau sasaran. Menurut Silalahi (2012:253) populasi sasaran terdiri dari individu rumah tangga atau kelompok dalam yurisdiksi yang menjadi perhatian. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi dan makan di Cocorico Cafe & Resto Bandung yaitu sebanyak 51.581 konsumen pada tahun 2014 (Sumber : Hal. 4).

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah satu subset atau tiap bagian tertentu yang dipilih dari populasi, sampel ini dilakukan karena populasi terlalu besar dan banyak faktor keterbatasan yang akhirnya harus diambil sampel, beberapa faktor keterbatasan itu seperti keterbatasan biaya, waktu dan tenaga yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel. Martono (2010:74) mengemukakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, dan sampel dapat didefinisikan juga sebagai anggota populasi yang akan dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Penentuan ukuran sampel (n) dan populasi (N) yang dalam penelitian ini menggunakan rumus sample Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \text{(Umar, 2008:78)}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e=0.1)

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{51581}{1 + 51581(0.1)^2} \\ n &= \frac{51581}{516,81} \\ n &= \mathbf{99,81 \approx 100} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dan tingkat signifikansi sebesar 10 %, maka jumlah sampel yang dihasilkan sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, Sugiyono (2012:116) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Sedangkan Martono (2010:75) mengatakan bahwa teknik sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel. Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil, dapat menggunakan beberapa teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Martono (2010:75) menyebutkan ada dua teknik pengambilan sampel yaitu teknik *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *probability sampling* terdiri dari *systematic random sampling*, *proportionate random sampling*, *disproportionate*

stratified random sampling dan *cluster sampling*, serta teknik sampling *nonprobability sampling* yang terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, purposive sampling, sampling jenuh dan snowball sampling (Martono, 2010:75-79).

Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik *Probability sampling* yang digunakan bila keterwakilan sampel adalah penting untuk maksud generalisasi yang lebih luas. Sugiyono (2012:84) menuturkan bahwa teknik *probability sampling* ini memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan pada penelitian ini yang digunakan adalah *systematic random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sistematis acak.

Pengertian teknik sampling *systematic random sampling* menurut Sugiyono (2012:121) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah di beri nomor urut. Langkah-langkah dari teknik ini adalah :

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah responden dari Cocorico Cafe & Resto.
2. Tentukan *checkpoint*, yang dalam penelitian ini adalah Cocorico Cafe & Resto Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah pukul 16.00-20.00 WIB
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint* di Cocorico Cafe. Sampel sebesar 100 orang responden yang pernah mengunjungi Cocorico Cafe. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval dasar banyaknya responden. Pada penelitian ini yang diambil sebagai sampel bilangan ganjil 1,3,5,7 dan seterusnya.
5. Tentukan ukuran sampel (n) pengunjung yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 10 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak $100/10 = 10 = 10$ responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaaan data untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah :

1. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak Manajer dan Captain untuk mengetahui mengenai profil perusahaan dan data pendukung lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
2. Angket, yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Angket ini berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai Profil konsumen, pengalaman konsumen pada Cocorico Cafe, mengenai *meal experience* dan *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe & Resto. Angket ditunjukkan kepada pengunjung yang menjadi konsumen di Cocorico Cafe & Resto.
3. Studi literatur, peneliti mencari data dengan mempelajari buku, jurnal, internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *meal experience* dan *behavioral intentions*.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber yaitu :

1. Perpustakaan UPI dan Unpad
2. Skripsi dan tesis
3. Jurnal Manajemen dan jurnal lain
4. Internet

Lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DAN SUMBER DATA

No	Teknik Pengumpulan data	Sumber data
1	Wawancara	Pihak manajemen Cocorico Cafe & Resto
2	Angket	Konsumen Cocorico Cafe & Resto
3	Studi Literatur	<i>Meal experience</i> dan <i>Behavioral intentions</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realiabilitas

Suatu hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi, sedangkan hasil penelitian dikatakan reliabel jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Hal ini merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas bertujuan menguji sejauh mana alat ukur yang tercantum dalam angket, mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2008:445) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan Silalahi (2009:244) menyebutkan bahwa validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam variabel yang diketemukan untuk ukuran.

Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik analisa item instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini

merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, apabila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, dengan rumus 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 : Umar (2008:131)

Keterangan :

- r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
- n : Jumlah responden
- X : Skor per item dalam variabel
- Y : Skor total item dalam variabel
- $\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas item instrument adalah sebagai berikut :

1. Item pernyataan-pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan-pernyataan dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Penelitian ini menguji validitas dari variabel *meal experience* sebagai instrumen variabel X dan *behavioral intentions* sebagai instrumen variabel Y.

Perhitungan validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERNYATAAN MEAL EXPERIENCE
DAN BEHAVIORAL INTENTION

No	<i>Meal Experience</i>	r hitung	r tabel	Kesimpulan
	<i>Food</i>			
1	Kemenarikan presentasi makanan dan minuman	0,769	0,361	Valid
2	Aroma makanan yang disajikan	0,743	0,361	Valid
3	Kelezatan rasa dari makanan dan minuman	0,678	0,361	Valid
4	Kesesuaian suhu makanan dan minuman yang disajikan	0,740	0,361	Valid
5	Keberagaman variasi menu yang ditawarkan	0,727	0,361	Valid
6	Kemenarikan variasi menu yang ditawarkan	0,767	0,361	Valid
7	Kesesuaian porsi makanan dengan harga yang ditawarkan	0,758	0,361	Valid
8	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	0,789	0,361	Valid
	<i>Service</i>	r hitung	r tabel	Kesimpulan
9	Keramahan karyawan pada konsumen	0,926	0,361	Valid
10	Kesopanan karyawan pada konsumen	0,754	0,361	Valid
11	Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	0,867	0,361	Valid
12	Ketepatan waktu penyajian produk pada konsumen	0,580	0,361	Valid
13	Perhatian karyawan pada kebutuhan konsumen	0,801	0,361	Valid
14	Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan kosumen	0,736	0,361	Valid
15	Pengetahuan karyawan terhadap produk	0,781	0,361	Valid
16	Perhatian karyawan pada keluhan dan pertanyaan konsumen	0,404	0,361	Valid
	<i>Atmosphere</i>	r hitung	r tabel	Kesimpulan
17	Kenyamanan suhu ruangan di restoran	0,576	0,361	Valid
18	Kebersihan lantai dan fasilitas	0,440	0,361	Valid
19	Keunikan bangunan Cocorico	0,548	0,361	Valid
20	Kesesuaian tata letak meja dan kursi	0,587	0,361	Valid
21	Kemenarikan furniture	0,744	0,361	Valid
22	Kemenarikan penampilan karyawan	0,746	0,361	Valid

23	Kerapihan karyawan	0,757	0,361	Valid
24	Kemenarikan desain interior	0,443	0,361	Valid
25	Kemenarikan desain eksterior	0,717	0,361	Valid
26	Kesesuaian pencayahaan di area makan	0,408	0,361	Valid
27	Kesesuaian suasana yang diciptakan di Cocorico dengan pembentukan perasaan dan emosi konsumen	0,447	0,361	Valid
28	Kesesuaian musik yang dimainkan dengan suasana	0,436	0,361	Valid
	<i>Behavioral Intentions</i>	r hitung	r tabel	Kesimpulan
29	Kesediaan untuk mengunjungi kembali	0,804	0,361	Valid
30	Kesediaan untuk mempertimbangkan sebagai pilihan utama	0,799	0,361	Valid
31	Kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif	0,597	0,361	Valid
32	Kesediaan untuk mengajak teman dan keluarga	0,568	0,361	Valid
33	Kesediaan untuk menganjurkan datang ke Cocorico	0,764	0,361	Valid
34	Kesediaan konsumen untuk tetap membeli produk Cocorico ketika terjadi kenaikan harga	0,900	0,361	Valid
35	Kesediaan konsumen untuk tetap berlangganan ketika terjadi perubahan harga	0,821	0,361	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data 2014

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2012:183) reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. Sedangkan menurut Suharsaputra (2012:104) mengatakan bahwa reliabilitas berarti kepastian atau keajegan, suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila instrumen

Isni Ainulyaqin, 2015

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tersebut dipergunakan secara berulang memberikan hasil ukur yang sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban ada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Umar, 2008:170

Keterangan :

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Umar, 2009:172

Keterangan :

- σ^2 = varians total
 n = Jumlah responden
 $\sum X$ = Jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pernyataan yang telah diteliti dikatakan valid jika $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{Hitung} < r_{Tabel}$

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 21 for windows. Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian memperhatikan seua butir pernyataan valid karena skor $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	Alpha Cronbach	r tabel	Kesimpulan
1	<i>Meal experience</i>	0,954	0,700	Reliable
2	<i>Behavioral intentions</i>	0,928	0,700	Reliable

3.2.7 Teknik Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari hubungan yang ada antara variabel, dengan analisis korelasi. Media yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket. Angket disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam data penelitian, yang akan memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *meal experience* terhadap *behavioral intentions*. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu :

1. Analisis deskriptif tentang *meal experience* di Cocorico Cafe & Resto yang terdiri dari *foods*, *service* dan *atmosphere*.
2. Analisis deskriptif tentang *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe & Resto yang terdiri dari, *revisitintentions*, *willingness to recommend* dan *willingness to purchase (pay) more*.

3. Analisis deskriptif tentang pengaruh *meal experience* terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe & Resto.

Alat yang digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah menggunakan penafsiran dari Ali (1985:184), kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut :

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN
DIGUNAKAN UNTUK ANALISIS DESKRIPTIF

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-25%	Sebagian Kecil
3	26-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Ali (1985:184)

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun berdasarkan variabel yang diteliti yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *meal experience* yang terdiri dari *food*, *service* dan *atmosphere* terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Menyusun Data

Kegiatan ini untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2) Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan,

- a. Memberik skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3) Menganalisis Data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif

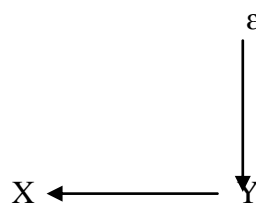
4) Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis jalur

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Dalam proses untuk menguji hipotesis, metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel langsung maupun tidak langsung antara variabel indenpenden (X) terhadap variabel dependen (Y).

Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan : X = *Meal experience*

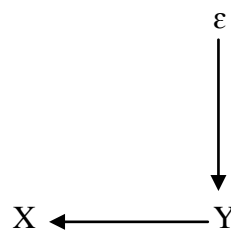
Y = *Behavioral intentions*

ε = Epsilon (variabel lain yang mempengaruhi)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *meal experience* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* konsumen. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *meal experience* dengan *behavioral intentions* yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

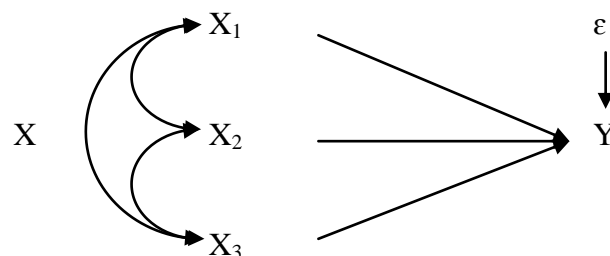
Struktur hubungan antara *meal experience* (X) dengan *behavioral intentions* (Y) diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *meal experience* yang terdiri dari dimensi *foods* (X_1), *service* (X_2) dan *atmosphere* (X_3) terhadap *behavioral intentions* (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X = *Meal experience*

X_1 = *Foods*

X_2 = *Service*

X_3 = *Atmosphere*

ε = Epsilon (variabel lain)

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_1 X_2} & r_{X_3 X_1} \\ & 1 & r_{X_3 X_2} \\ Y = Pyx1 & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Identifikasi

5. Menghitung matriks invers korelasi, sebagai berikut:

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix}$$

6. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{pmatrix} Pyx_1 \\ Pyx_2 \\ Pyx_3 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} ryx_1 \\ ryx_2 \\ ryx_3 \end{pmatrix}$$

7. Hitung R^2Y (X_1, X_2, X_3) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2Y (X_1, \dots, X_{1.3}) = [Pyx_1, \dots, Pyx_3] \begin{pmatrix} ryx_1 \\ \dots \\ ryx_2 \end{pmatrix}$$

Isni Ainulyaqin, 2015

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

8. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X₁ Terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot P_{YX_3} \quad +$
Pengaruh total X₁ Terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$

Pengaruh X₂ Terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_3} \cdot P_{YX_3} \quad +$
Pengaruh total X₂ Terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$

Pengaruh X₃ Terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $P_{YX_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_2} \cdot P_{YX_2} \quad +$
Pengaruh total X₃ Terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots}$

9. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$PY\epsilon = \sqrt{1 - R^2} Y (X_1, X_2, X_3)$$

10. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX_1} = P_{YX_2} = P_{YX_3} = 0$$

Hi : Sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2$ dan 3

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{X_1 X_i} r_{X_1 X_i}}{k (1 - \sum_{i=1}^k P_{X_1 X_i} r_{X_1 X_i})}$$

Hasil f_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi $F = sendecor$ apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah :

$$t = \frac{Px_1x_i - Px_1x_j}{\sqrt{\left(\frac{1-R^2y(X1,X2,X3)(C_{ii}C_{ij}C_{jj})}{(n-k-1)}\right)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

$H_0 : \rho = 0$, artinya *meal experience* yang terdiri dari *food*, *service* dan *atmosphere* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

$H_1 : \rho > 0$, artinya *meal experience* yang terdiri dari *food*, *service* dan *atmosphere* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

Sedangkan ada beberapa sub hipotesis yang akan di uji yaitu :

Sub Hipotesis 1

$H_0 : \rho = 0$, artinya *food* tidak berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

$H_1 : \rho > 0$, artinya *food* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

Sub Hipotesis 2

$H_0 : \rho = 0$, artinya *service* tidak berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

$H_1 : \rho > 0$, artinya *service* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

Sub Hipotesis 3

$H_0 : \rho = 0$, artinya *atmosphere* tidak berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.

$H_1 : \rho > 0$, artinya *atmosphere* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intentions* konsumen Cocorico Cafe.