

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh *customer experience quality* terhadap *revisit intention*. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu. Variabel bebasnya atau juga variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah *customer experience quality* (X) dan sebagai variabel terikat atau juga variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah *revisit intention* atau minat pembelian ulang (Y). Subjek penelitian adalah pengunjung Kampung Gajah.

3.2. Metode dan desain penelitian

3.2.1. Metode penelitian

Menurut Sugiyono (2012:2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah diartikan penelitian berdasarkan ciri-ciri keilmuan yaitu rasional (terjangkau akal), empiris (bisa diamati indera manusia) dan sistematis (menggunakan tahapan tertentu yang bersifat logis). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2007:11) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa lalu dan sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diselidiki. Sedangkan verifikatif adalah metode untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Menurut Kerlinger (1973) seperti yang dikutip Sugiyono (2009:7) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal menurut Sugiyono (2009:11) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana X mempengaruhi Y.

3.2.2. Desain penelitian

Menurut Ujang Sumarwan (2011:17) Desain Penelitian adalah kerangka untuk melaksanakan proyek riset pemasaran. Desain penelitian merupakan rincian prosedur dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk struktur atau

memecahkan masalah-masalah riset pemasaran. Desain penelitian juga dapat didefinisikan sebagai prosedur bagaimana mengumpulkan, mengolah, menganalisis suatu data.

Penelitian ini sendiri menguji tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dimana masalah yang menjadi inti dalam penelitian ini memiliki ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya. Maka desain penelitian ini lebih cocok bersifat kausal.

Menurut Sugiyono (2009:56) Desain kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Ini berarti terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Desain kausal ini mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, dan mana variabel yang dipengaruhi. Oleh karena itu desain kausalitas pada penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer experience quality terhadap revisit intention pada pengunjung Kampung Gajah.

3.3.Operasionalisasi variabel

Dalam mempersiapkan kegiatan pengolahan data, maka dibuatlah panduan berupa operasional variabel yang didalamnya memuat variabel acuan kuesioner beserta indikator-indikator terkait.

Variabel yang akan diteliti adalah customer experience sebagai variabel independen (X) dan revisit intention sebagai variabel dependen (Y). Untuk lebih rincinya dapat dilihat melalui tabel operasional variabel berikut:

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Customer Experience Quality</i> (Variabel X)	<i>Customer experiencequality</i> sebagai penilaian yang dirasakan tentang keunggulan atau superioritas dari pengalaman pelanggan (Fred Lemke, Moira Clark&Hugh Wilson, 2011)			
		<i>Helpfulness</i> (X ₁)	Tingkat kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan pegawai Kampung Gajah	Ordinal
			Tingkat ketanggapan pegawai dalam membantu Pengunjung Kampung Gajah	Ordinal
<i>Value For Time</i> (X ₂)		Tingkat ketepatan waktu operasional Kampung Gajah	Ordinal	

			Tingkat waktu tunggu pengunjung ketika akan menggunakan wahana	Ordinal
		<i>Customer Recognition (X₃)</i>	Tingkat pegawai dalam mengenali pengunjung	Ordinal
			Tingkat keramahan pegawai dalam menyapa pengunjung Kampung Gajah	Ordinal
		<i>Promise Fulfillment (X₄)</i>	Tingkat kesesuaian harga dengan produk dan fasilitas yang didapat oleh Pengunjung Kampung Gajah	Ordinal

			Tingkat ketersediaan fasilitas sesuai dengan yang di promosikan	Ordinal
		<i>Interest In Problem Solving</i> (X ₅)	Tingkat kemampuan pegawai dalam membantu menyelesaikan masalah Konsumen	Ordinal
			Tingkat ketepatan pegawai dalam memberikan solusi yang dibutuhkan pengunjung	Ordinal
		<i>Personalization</i> (X ₆)	Tingkat pelayanan khusus yang dilakukan pegawai	Ordinal
		<i>Competence</i> (X ₇)	Tingkat pengetahuan pegawai mengenai fasilitas wahana	Ordinal

			Tingkat kemampuan pegawai mengenai cara kerja wahana	Ordinal
		<i>Accessibility Of Person/Facility (X₈)</i>	Tingkat keberadaan lokasi pusat informasi	Ordinal
			Tingkat kemudahan pengunjung dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan	Ordinal
			Tingkat kemudahan pengunjung dalam menggunakan fasilitas Kampung Gajah	

<i>revisit intention</i> (Y)	(pelanggan yang berkomitmen sangat berperan dalam pengembangan suatu merek. Proses evaluasi konsumen sangat menentukan tingkat motivasi pembelian ulang terhadap suatu merek. Motivasi tersebut akan menimbulkan keinginan pembelian ulang untuk memenuhi setiap kebutuhannya atau meningkatkan jumlah pembeliannya, dan menghasilkan komitmen untuk menggunakan kembali merek tersebut dimana keinginan itu berkaitan dengan psikologi konsumen (Hawkins dan Mothersbaugh , 2010)).	Frekuensi Pembelian (Y ₁)	Tingkat frekuensi kunjungan	
		Komitmen Pelanggan (Y ₂)	Tingkat minat kunjungan ulang	Ordinal

		Rekomendasi positif (Y ₃)	Tingkat rekomendasi hal positif	Ordinal
--	--	---------------------------------------	---------------------------------	---------

Adapun pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan pengukuran ordinal. Menurut Ghozali (2006:4) skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel ke dalam kelompok, tetapi juga melakukan ranking terhadap kategori.

3.4. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Santoso dan Tjiptono). Data primer dari penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, meliputi: identitas dan tanggapan responden. Data yang didapat adalah dengan penyebaran kuesioner dengan responden penelitian adalah pengunjung Kampung Gajah

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain atau laporan historis yang telah di susun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Santoso dan Tjiptono). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan, majalah-majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem *online* (internet).

3.4.2. Teknik pengumpulan data

1. Kuisisioner

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data–data tersebut harus benar–benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuisisioner atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono 2009).

Dalam kuisisioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban–jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa.

2. Studi Kepustakaan

Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber.

3. Observasi

Observasi, yaitu kegiatan yang terencana dan terarah secara sistematis untuk memperoleh data dan informasi mengenai objek yang sedang diteliti, untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya, tetapi peneliti tidak terlibat secara langsung.

4. Wawancara mendalam

Yaitu teknik pengumpulan data atau informasi dari pihak manajemen perusahaan khususnya manager Kampung Gajah.

5. Dokumentasi

Yaitu pengambilan data melalui dokumen-dokumen atau catatan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti (Wardiyanta, 2006:36) Dalam hal ini dokumen-dokumen yang berkenaan dengan Kampung Gajah, dan teori-teori tentang customer experience dan repeat visit intention.

3.5. Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Kampung Gajah.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil kelompok yang mewakili karakteristik populasi yang diambil dari populasi tersebut untuk berpartisipasi dalam suatu studi (Malholtra 2007:405). Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi tersebut harus bersifat representatif, atau mewakili populasinya.

Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Penghitungan sampel diambil berdasarkan populasi jumlah pengunjung Kampung Gajah. Dengan menggunakan penghitungan menggunakan rumus Slovin pedoman tersebut maka

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

$$n = \frac{37367}{1 + (37367 \times (10\%)^2)} = 99.73 = 100$$

Ket: N = Jumlah pengunjung di tahun 2013

e = error (kesalahan)

jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100.

3.5.3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*

dimaksudkan karena sampel yang digunakan dalam penelitian dipilih dengan sengaja berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner. Maka, setelah data diperoleh dari responden melalui kuisioner sudah terkumpul, selanjutnya data dapat diolah dan ditafsirkan sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat peranan antara variabel *customer experience quality* terhadap *revisit intention* (Y).

Dalam melaksanakan pengolahan data, penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *simentic differensial* dalam lima pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket variabel X *customer experience quality* dan variabel Y (*revisit intention*).
4. Tahap uji coba kuisioner.

3.6. Rancangan analisis data dan uji hipotesis

3.6.1. Rancangan analisis

Dalam analisis data ini ditempuh prosedur analisis sebagai berikut:

1. Memeriksa angket yang telah diisi. Hal ini dimaksudkan untuk memeriksa kelengkapan angket yang telah diisi responden.

2. Data yang diperoleh penulis kemudian diolah, maka diperoleh rincian skor dan kedudukan responden berdasarkan urutan angket yang masuk untuk masing-masing variabel X dan variabel Y, untuk itu skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differensial* yang dikembangkan oleh Osgood. Dalam Sugiyono (2009:138) “skala *semantic differensial* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis atau sebaliknya”. Data yang diperoleh data interval. Contoh data skala *semantic differensial* yang digunakan adalah sebagai berikut:
 3. Rekapitulasi nilai angket variabel (*Customer Experience Quality*) dan variabel Y (*revisit intention*).
 4. Tahap uji coba kuisioner.
 5. Untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat deskriptif adalah melalui tinjauan kontinum dan perbandingan rata-rata data sampel, sedangkan untuk menjawab penelitian yang bersifat asosiatif atau verikatif adalah melalui analisis regresi sederhana.

3.6.2. Uji validitas dan reliabilitas

Menurut Maholtra (2009:311), “Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbandingan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan

sejati antar objek atas karakteristik yang sedang diuji ketimbang kesalahan sistematis” atau acak.

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ditunjukkan dengan adanya hubungan antara score item yang diteliti dengan score total item yang diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai item memiliki hubungan signifikan serta corrected item-total correlation lebih besar dari nilai r kritis product moment. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah rumus korelasi Product Moment, dengan rumus :

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

(Sugiyono, 2009:248)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X= Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y= Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

Faris Achmad Nursani, 2015

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE QUALITY TERHADAP REVISIT INTENTION PADA KAMPUNG GAJAH

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

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Jumlah responden

Kriteria validitas menurut Suliyanto (2005:42) keputusan dalam sebuah butir pertanyaan dapat di anggap valid, dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* $> r$ -tabel ($\alpha: n-2$) n = jumlah sampel
- b. Nilai $\text{sig} \geq \alpha$

Penulis menggunakan bantuan program SPSS.17.0 for windows untuk menguji validitas kuesioner

Menurut Ety Rochaety (2007:49) menyatakan bahwa reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Untuk menguji reliabilitas atau keterandalan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini digunakan koefisien Alpha Cronbach. Koefisien keandalan menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data suatu penelitian. Koefisien Alpha Cronbach ditunjukkan dengan:

$$(\alpha) = \frac{k \cdot \bar{r}}{1 + (k - 1) \cdot \bar{r}}$$

keterangan:

k = jumlah variabel manifes yang membentuk variabel laten

\bar{r} = rata-rata korelasi antara variabel manifes

a= konstanta

3.6.3. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk *customer experience quality* (X) dan *revisit intention* (Y) pada sampel sebanyak 30 responden. Berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada kuisioner valid karena skor r hitung lebih besar jika dibandingkan rtabel. Berikut nilai tingkat validitas karakteristik individu dengan perhitungan validitas item instrumen menggunakan bantuan SPSS 22.0 for windows

Tabel 3.2.

Hasil Uji Validitas Variabel X (*revisit intention*)

No	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
<i>Customer Experience Quality (X)</i>				
<i>Helpfulness</i>				
1	Tingkat Kemudahan pengunjung Dalam Meminta Bantuan Pegawai	0,633	0,3610	Valid
2	Ketanggapan Pegawai Kampung Gajah Dalam Membantu Pengunjung	0,520	0,3610	Valid
<i>Value For Time</i>				

3	Ketepatan jam buka tutup Kampung Gajah	0,571	0,3610	Valid
4	Tingkatan waktu saat menunggu/mengantre wahana Kampung Gajah	0,506	0,3610	Valid
<i>Customer Recognition</i>				
5	Keramahan pegawai dalam menyambut dan melayani pengunjung	0,468	0,3610	Valid
6	Pegawai dapat mengenali pengunjung dengan baik	0,601	0,3610	Valid
<i>Promise Fulfillment</i>				
7	Ketepatan harga produk Kampung Gajah sudah sesuai dengan informasi yang didapat	0,531	0,3610	Valid
8	Ketersediaan fasilitas dan wahana sudah sesuai dengan yang dipromosikan	0,520	0,3610	Valid
<i>Interest In Problem Solving</i>				
9	Kemampuan pegawai dalam menyelesaikan masalah pengunjung	0,577	0,3610	Valid
10	Tingkat kemampuan pegawai dalam memberikan informasi dan solusi	0,488	0,3610	Valid

	sesuai yang dibutuhkan pengunjung			
<i>Personalization</i>				
11	Tingkat kemampuan pegawai saat memberikan pelayanan khusus kepada pengunjung	0,418	0,3610	Valid
<i>Competence</i>				
12	Tingkat pengetahuan pegawai akan fasilitas yang terdapat di Kampung Gajah	0,549	0,3610	Valid
13	Pengetahuan Pegawai tentang cara kerja wahana di Kampung Gajah	0,531	0,3610	Valid
<i>Accessibility Of Person/Facility</i>				
14	Keberadaan lokasi pusat informasi sudah tepat untuk menjangkau kebutuhan pengunjung	0,633	0,3610	Valid
15	Pengunjung dapat dengan mudah menerima informasi yang dibutuhkan	0,555	0,3610	Valid
16	Pengunjung mudah dalam menggunakan fasilitas umum Kampung Gajah	0,687	0,3610	Valid

Sumber: Pengolahan data 2015

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 3.2. maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan/pertanyaan pada variabel customer

experience quality yang terdiri dari 17 instrumen pernyataan/pernyataan dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Y (*revisit intention*)

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Revisit Intention (Y)				
Frekuensi Kunjungan				
17.	Tingkat frekuensi berkunjung ke Kampung Gajah	0,361	0,3610	Valid
Komitmen				
18.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Kampung Gajah	0,559	0,3610	Valid
Rekomendasi				
19.	Saya merekomendasikan Kampung Gajah kepada orang lain	0,757	0,3610	Valid
20.	Saya selalu merekomendasikan Kampung Gajah	0,797	0,3610	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 3.5, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variabel *revisit intention* yang terdiri dari 4 instrumen pernyataan dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Customer Experience Quality</i> (X)	0,740	0,3610	Reliabel
2	<i>Revisit intention</i> (Y)	0,744	0,3610	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% sehingga diperoleh nilai r_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,3610 artinya kedua variabel yang diuji reliabel.

3.6.4. Teknik analisis data

Mengingat skala pengukuran dalam menjaring data penelitian ini seluruhnya diukur dalam skala ordinal, yaitu skala yang berjenjang dimana sesuatu “lebih” atau “kurang” dari yang lain. Maka skala ordinal tersebut harus dirubah kedalam bentuk skala interval karena merupakan syarat pengolahan data dengan penerapan statistic parametric dengan menggunakan Methode Succesive Interval (MSI).

1. Methode Succesive Interval (MSI)

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

- (1) Berdasarkan hasil jawaban responden untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi setiap pilihan jawaban.
- (2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap jawaban, hitung proporsi setiap pilihan jawaban.
- (3) Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pertanyaan hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- (4) Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai batas Z untuk setiap pilihan jawaban.
- (5) Hitung *scale value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{Daerah di bawah batas atas} - \text{Daerah di bawah batas bawah}}$$

- (6) Hitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Scale value} + \frac{\text{Scale Value}_{\text{minimum}}}{+ 1}$$

2. Regresi linear sederhana

Guna menyelesaikan permasalahan “Pengaruh *customer experience quality* terhadap *revisit intention*”, maka digunakanlah rumus analisis regresi sederhana. Rumus analisis regresi sederhana bertujuan untuk memecahkan persoalan hubungan sebab akibat variabel independen (*customer experience quality*) dan variabel dependen (*revisit intention*). Rumus persamaan regresi linier sederhana (Sugiyono 2010:261), yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dengan:

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

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

3.

4. Dimana:

5.

Y = Subyek pada variabel *d ependent* yang diprediksikan
(*revisit intention*)

X = Subyek pada variabel *independent* yang mempunyai nilai
tertentu (*customer experience quality*)

a = konstanta

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan
angkapeningkatan atau penurunan variabel dependen yang
didasarkan variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka
terjadi penurunan.

n = jumlah data

3.6.5. Koefisien determinasi

Koefisien Determinasi R^2 pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:83). Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Koefisien determinasi mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan (*goodness of fit*) secara vertikal, untuk proporsi/prosentase total variabel dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut:

- a. $R^2 = \frac{\sum (\hat{Y} - Y)^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$
- b. Keterangan:
- c. R^2 = koefisien determinasi
- d. \hat{Y} = hasil regresi
- e. \bar{Y} = Y rata-rata
- f. Y = Y hasil observasi

3.6.6. Rancangan uji hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yaitu uji signifikansi koefisien korelasi (uji t-student) untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009:250) adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = distribusi student dengan derajat kebebasan (dk) = n-2

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- i. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti

- ii. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti

Tarif kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a. $H_1 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *Customer Experience Quality* dengan *revisit intention* (Minat Kunjungan ulang) pada Pengunjung Kampung Gajah.
- b. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara *Customer Experience Quality* dengan *revisit intention* (minat kunjungan ulang) pada Kampung Gajah.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh antara *Customer Experience Quality* dengan *revisit intention* pada Kampung Gajah.”