

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh atribut *dining experience* terhadap *behavioral intention* di The Stone Cafe. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu atribut *dining experience* yang terdiri dari *food quality* (X_1), *service quality* (X_2), dan *physical environment* (X_3), sebagai variabel independen (X) dan *behavioral intention* sebagai variabel dependen (Y). Variabel penelitian menurut Sugiyono (2014, hlm.59) adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penelitian ini mengadaptasi dari Ivyanno U. Canny (2014:25) yaitu *dining experience* yang terdiri dari tiga atribut yang diteliti yaitu *food quality*, *service quality*, dan *physical environment* sebagai variabel bebas dan teori *behavioral intention* yang diadaptasi dari Jang dan Namkung (2009) yaitu *willingness to repurchase*, *willingness to recommend* dan *willingness to purchase more in the future* sebagai variabel terikat.

Objek penelitian ini adalah The Stone Cafe dimana respondennya adalah wisatawan nusantara yang berkunjung The Stone Cafe. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2009, hlm.42) *cross sectional method* adalah penelitian dengan cara meneliti satu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang telah disebutkan sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014, hlm.56), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih yang

berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Sekaran dan Bougi (2010, hlm.105) menjelaskan pula tentang penelitian deskriptif sebagai berikut “*A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variable of interest in situation.*” hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari setiap variabel yang diteliti dalam sebuah situasi. Penelitian deskriptif ini juga bertujuan untuk mendapat gambaran dari sebuah fenomena secara alami dan apa adanya. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Maholtra (2009, hlm.104) “penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji kebenaran kausal, yaitu hubungan antara variabel dependen dan independen”. Penelitian verifikatif juga bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Hubungan dengan penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh atribut *dining experience* terhadap *behavioral intention* di The Stone Cafe.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2012, hlm.12) metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative, distributive* dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini melakukan *survey* informasi dari populasi dikumpulkan langsung di tempat secara empiris dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari populasi terhadap objek yang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti dan bersifat saling mempengaruhi. Variabel tersebut adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel sebab atau sesuatu yang mengondisikan terjadinya perubahan dari variabel lain. Menurut Runyan dan Harber (dalam Silalahi, 2012, hlm.113) “*independent variabel is a variabel that is examined in order to determine its effects on an outcome of interest (the dependent variabel)*”.

Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur nilai dari variabel Y (*behavioral intention*) yang terdiri dari *willingness to repurchase, willingness to recommend* dan *willingness to purchase more in the future*. Operasional variabel X yaitu *dining experience* yang terdiri dari *food quality, service quality, dan physical environment* yang secara rinci disajikan pada tabel berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Dining Experience (X)	<i>dining experience was includes customer's judgment on their overall experience, started with the quality of food and service to the restaurant environment".</i> Ivyanno U. Canny (2014, hlm.25)				
<i>Food Quality (X1)</i>	Sesuatu yang layak dan tepat untuk dikonsumsi, yang mencakup faktor kualitas seperti suhu makanan, kesegaran makanan, dan persiapan makanan. (Ivyanno U Canny, 2014, hlm. 25)	Kelezatan rasa makanan yang disajikan	Tingkat kelezatan rasa makanan yang disajikan	Ordinal	1
		Kenikmatan rasa minuman yang disajikan	Tingkat kenikmatan rasa minuman yang disajikan	Ordinal	2
		Daya tarik aroma dari makanan yang disajikan	Tingkat daya tarik aroma dari makanan yang disajikan	Ordinal	3
		Daya tarik aroma dari minuman yang disajikan	Tingkat daya tarik aroma dari minuman yang disajikan	Ordinal	4
		Kemenarikan presentasi dari makanan yang disajikan	Tingkat kemenarikan presentasi dari makanan yang disajikan	Ordinal	5
		Kemenarikan presentasi dari minuman yang disajikan	Tingkat kemenarikan presentasi dari minuman yang disajikan	Ordinal	6
		Kesesuaian	Tingkat kesesuaian	Ordinal	7

		temperatur dari makanan yang disajikan	temperatur dari makanan yang disajikan		
		Kesesuaian temperatur dari minuman yang disajikan	Tingkat kesesuaian temperatur dari minuman yang disajikan	Ordinal	8
		Kesegaran (fresh) makanan yang disajikan	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	Ordinal	9
		Kesegaran minuman yang disajikan	Tingkat kesegaran minuman yang disajikan	Ordinal	10
Service Quality (X2)	kualitas layanan berasal dari interaksi antara karyawan dan pelanggan melalui kemampuan restoran untuk melayani layanan yang akurat, kepedulian dan perhatian karyawan kepada setiap pelanggan, pengetahuan karyawan, kesopanan dan kemampuan untuk memberikan	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	1
		Kesesuaian menu yang di pesan dengan menu yang disajikan	Tingkat kesesuaian menu yang di pesan dengan menu yang disajikan	Ordinal	2
		Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	Tingkat kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	Ordinal	3
		Kerapihan penampilan pegawai	Tingkat kerapihan penampilan pegawai	Ordinal	4

	kepercayaan kepada pelanggan dan keyakinan serta penampilan profesional karyawan yang secara empiris yang signifikan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan. (Ivyanno U Canny, 2014, hlm. 25)	Kebersihan penampilan pegawai	Tingkat kebersihan penampilan pegawai	Ordinal	5
<i>Physical Environment</i> (X3)	Segala sesuatu yang membantu pengalaman yang dirasakan konsumen di dalam suatu restoran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang memiliki beberapa faktor yaitu <i>restaurant's function, space, design color, dan lightning</i> . (Ivyanno U Canny, 2014, hlm. 25)	Kenyamanan tata letak meja dan kursi di restoran	Tingkat kenyamanan tata letak meja dan kursi di restoran	Ordinal	1
		Kenyamanan tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di restoran	Tingkat kenyamanan tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di restoran	Ordinal	2
		Daya tarik desain dekorasi internal restoran	Tingkat daya tarik desain dekorasi internal restoran	Ordinal	3
		Kenyamanan tata pencahayaan di area restoran	Tingkat kenyamanan tata pencahayaan di area restoran	Ordinal	4
<i>Behavioral Intention</i> (Z)	<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>Willingness to repurchase</i>	- Tingkat kesediaan untuk mengunjungi kembali dikemudian hari	Ordinal	1
		<i>Willingness to recommend</i>	- Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada konsumen lain	Ordinal	2
			- Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga ke The Stone Cafe	Ordinal	3
		<i>Willingness to purchase more in the future</i>	- Tingkat kesediaan konsumen untuk tetap membeli produk The Stone Café sekalipun terjadi kenaikan harga	Ordinal	4
			- Kesediaan konsumen untuk membeli lebih banyak produk Stone Café di masa yang akan datang	Ordinal	5

Sumber: diolah dari berbagai sumber literatur 2015

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Menurut Husein Umar (2009, hlm.42) mengemukakan “Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya
2. Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau dibuat oleh organisasi yang bukan pengolahnya.

Regi Naimulloh Maulana, 2016

PENGARUH ATRIBUT DINING EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DI THE STONE CAFÉ

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

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung	Sekunder	Disbudpar Bandung
Daftar nama cafe dan restoran Kota Bandung	Sekunder	Internet
Tingkat kunjungan The Stone Cafe	Sekunder	The Stone Cafe
Profil Perusahaan	Sekunder	The Stone Cafe
Tanggapan konsumen mengenai atribut <i>dining experience</i> The Stone Cafe	Primer	Kuesioner kepada pengunjung
Tanggapan konsumen mengenai <i>behavioral intention</i>	Primer	Kuesioner kepada pengunjung

Sumber: Pengolahan dari berbagai sumber, 2015

3.2.4 Populasi, Sample, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah pertama yang sangat penting. Sugiyono (2014, hlm.389) mengemukakan pengertian populasi sebagai berikut “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Malhotra (2009, hlm. 369) mendefinisikan populasi “*The total of all elements that share some common set of characteristics*” keseluruhan unsur-unsur yang terbagi dalam beberapa kumpulan karakteristik.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantarayang mengunjungi dan makan di The Stone Café pada tahun 2014 yaitu sebanyak 25.931 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Pegambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2014, hlm.73), yang

Regi Naimulloh Maulana, 2016

PENGARUH ATRIBUT DINING EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DI THE STONE CAFÉ

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

dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari populasi itu”. Berdasarkan definisi yang didapat bahwa sampel hanyalah sebagian dari populasi dan mampu mewakili populasi, maka tidak mungkin keseluruhan dari populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu sampel diambil dari populasi yang sudah ditentukan sebelumnya untuk mempermudah proses pengumpulan data yang nantinya diperlukan dan akan digunakan dalam penelitian. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan rumus Slovin (dalam Sujarweni, 2014, hlm.66) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e=0,1)

Maka, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{25.931}{1 + 25.931 (0,1)^2} \\ &= \frac{25.931}{1 + 259,31} \\ &= \frac{25.931}{260,31} \\ &= 99,62 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang diteliti dibulatkan sebanyak 100 wisatawan nusantarayang berkunjung dan makan di The Stone Cafe.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2014, hlm.118) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Teknik sampling yang digunakan dalam suatu penelitian harus dilakukan dengan tepat untuk menentukan

sampel yang tepat pula untuk menentukan tingkat kualitas data yang diperoleh dan digunakan dalam sebuah penelitian. Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* Malhotra (2009, hlm.379). *Probability sampling* meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling distratifikasi (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Nonprobability sampling* meliputi *convenience sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini konsumen lokal yang akan dijadikan sampel tersebar di seluruh populasi, maka penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2013, hlm.84) *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Peneliti melakukan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden yang berkunjung ke The Stone Café di tahun 2014.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Menurut Sugiyono (2014, hlm.193) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi kuantitatif dari responden (Sujarweni, 2014, hlm. 75) teknik penelitian yang diperlukan dan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau pihak terkait. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap Bagian Pemasaran The Stone Cafe untuk memperoleh informasi mengenai tingkat kunjungan dan permasalahan yang dialami di The Stone Cafe
2. Kuesioner/ Angket, merupakan cara mengumpulkan data melalui seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden. Kuesioner

dalam penelitian ini ditujukan kepada wisatawan nusantara yang berkunjung dan makan ke The Stone Cafe. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai atribut *dining experience* dan *behavioral intention*.

3. Observasi, Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu The Stone Cafe.
4. Studi Literatur. Merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari teori-teori yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya dari beberapa literatur yaitu jurnal, buku, skripsi, disertasi serta artikel-artikel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti mengenai atribut *dining experience* dan *behavioral intention*.

Alat ukur yang digunakan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yaitu dengan menggunakan *skala likert*. Menurut Malhotra (2009, hlm. 306) pengertian *skala likert* yaitu:

A measurement scale with five response categories ranging from "strongly disagree" to "strongly agree" which requires the respondent to indicate a degree of agreement or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus object.

Yang artinya: skala pengukuran dengan lima kategori respon dari "sangat tidak setuju sampai "sangat setuju" yang mana mengharuskan responden untuk mengindikasikan derajat dari setuju dan tidak setuju dengan setiap pernyataan merujuk kepada objek yang ada.

Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban yang terdiri dari lima kategori yang terdiri dari kategori paling tinggi sampai paling rendah seperti yang terlihat pada gambar 3.1 berikut:

Strongly Agree	Agree	Neither Agree Nor Disagree	Disagree	Strongly Disagree
5	4	3	2	1

Sumber: Malhotra (2009, hlm. 306)

GAMBAR 3.1
SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN

3.2.6 Uji Validitas dan Reabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, data menjadi hal penting dalam suatu penelitian. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, maka setelah terkumpul kuesioner dari para responden, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah *dining experience* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* (variabel Y) atau tidak.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui tepat atau tidaknya kuesioner yang akan disebar. Validitas menurut Sugiyono (2012, hlm.169) adalah instrument yang mempunyai validitas internal atau rasional, bila kriteria yang ada dalam instrument secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan Malhotra (2009, hlm.36) mengemukakan definisi dari validitas adalah sejauh mana perbedaan bendar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematik atau acak. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson.

Selain itu, untuk mengetahui valid atau tidaknya instrument yang digunakan, dengan membandingkan antara *r* hitung dan *r* table dengan kriteria tingkat signifikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r* = 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
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadran dalam skor distribusi Y
n = Banyak responden

Uji validitas dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan $< 0,05$
4. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila tingkat signifikan $> 0,05$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel copy ke spss data view,
2. Klik variabel view (letaknya kiri bawah), nama tulis nomor pernyataan beserta jumlahnya, desimal tulis 0 pada label tulis nomer pernyataan dan jumlahnya
3. klik *analyze*, pilih *scale*, pilih *validity analysis*
4. Sorot semua pernyataan 1-25, tanpa jumlah, pindahkan ke kolom items
5. Klik *statistics*, pada *descriptive* for klik *scale if item deleted*
6. Klik *continue*, oke

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS ATRIBUT DINING EXPERIENCE DAN BEHAVIORAL INTENTION

No.	Pertanyaan	R_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
Atribut Dining Experience					
<i>Food Quality</i>					
1	Tingkat kelezatan rasa makanan yang disajikan	0,595	0,001	< 0,05	Valid

No.	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
2	Tingkat kenikmatan rasa minuman yang disajikan	0,635	0,000	< 0,05	Valid
3	Tingkat daya tarik aroma dari makanan yang disajikan	0,4831	0,007	< 0,05	Valid
4	Tingkat daya tarik aroma dari minuman yang disajikan	0,640	0,000	< 0,05	Valid
5	Tingkat kemenarikan presentasi dari makanan yang disajikan	0,377	0,040	< 0,05	Valid
6	Tingkat kemenarikan presentasi dari minuman yang disajikan	0,441	0,015	< 0,05	Valid
7	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan yang disajikan	0,497	0,005	< 0,05	Valid
8	Tingkat kesesuaian temperatur dari minuman yang disajikan	0,433	0,017	< 0,05	Valid

No.	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
9	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	0,674	0,000	< 0,05	Valid
10	Tingkat kesegaran minuman yang disajikan	0,732	0,000	< 0,05	Valid
<i>Service Quality</i>					
1	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	0,527	0,003	< 0,05	Valid
2	Tingkat kesesuaian menu yang di pesan dengan menu yang disajikan	0,628	0,000	< 0,05	Valid
3	Tingkat kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	0,591	0,001	< 0,05	Valid
4	Tingkat kerapihan penampilan pegawai	0,616	0,000	< 0,05	Valid
5	Tingkat kebersihan penampilan pegawai	0,439	0,015	< 0,05	Valid
<i>Physical Environment</i>					

No.	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
1	Tingkat kenyamanan tata letak meja dan kursi di restoran	0,477	0,008	< 0,05	Valid
2	Tingkat kenyamanan tata letak pintu masuk dan jalur untuk berjalan di restoran	0,571	0,001	< 0,05	Valid
3	Tingkat daya tarik desain dekorasi internal restoran	0,543	0,002	< 0,05	Valid
4	Tingkat kenyamanan tata pencahayaan di area restoran	0,451	0,012	< 0,05	Valid
<i>Behavioral Intention</i>					
<i>Willingness to Repurchase</i>					
1	Tingkat kesediaan untuk mengunjungi kembali dikemudian hari	0,756	0,000	< 0,05	Valid
<i>Willingness to Recomend</i>					
2	Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada konsumen lain	0,814	0,000	< 0,05	Valid
3	Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga ke The Stone Cafe	0,680	0,000	< 0,05	Valid
<i>Willingness to Purchase More in The Future</i>					

No.	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
4	Tingkat kesediaan konsumen untuk tetap membeli produk The Stone Café sekalipun terjadi kenaikan harga	0,611	0,000	< 0,05	Valid
5	Kesediaan konsumen untuk membeli lebih banyak produk Stone Café di masa yang akan datang	0,622	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Data pada Tabel 3.3 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai atribut *dining experience* dan *behavioral intention* yang diperoleh dari sebanyak 30 responden yang merupakan wisatawan nusantara yang berkunjung ke The Stone Cafe. Hasilnya pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa setiap item pernyataan valid karena tingkat signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian pernyataan pada instrumen ini dinyatakan sah.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Menurut Sujarweni (2014, hlm.85) uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kantruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha.

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

Regi Naimulloh Maulana, 2016

PENGARUH ATRIBUT DINING EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DI THE STONE CAFÉ

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

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS ATRIBUT *DINING EXPERIENCE*
DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

No.	Variabel	C σ hitung	C σ	Keterangan
1	Atribut <i>Dining Experience</i>	0,868	>0,70	Reliabel
2	<i>Behavioral Intention</i>	0,733	>0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, menunjukkan nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,70 dan dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian penelitian mengenai atribut *dining experience* dan *behavioral intention* pada instrumen ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013, hlm.428) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai atribut *dining experience* yang terdiri dari *food quality, service quality, physical environment*.
2. Analisis mengenai *behavioral intention* yang terdiri dari *willingness to repurchase, willingness to recommend* dan *willingness to purchase more in the future*

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan 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 untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2) Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan,

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian

3) Menganalisis data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic, 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 regresi linear berganda

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis

regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variable independen (X) yaitu atribut *dining experience* yang terdiri dari *food quality* (X1), *service quality* (X2), dan *physical environment* (X3) terhadap variable dependen (Y) yaitu *behavioral intention*.

Oprasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap point angka ordinal. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap hasil jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh dari setiap pertanyaan, digunakan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- d. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
- e. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{x(\text{Density at lower linier}) - (\text{Density at upper linier})}{(\text{Area below upper linier}) - (\text{Area below lower linier})}$$

- f. Menghasilkan hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{scale value minimum} + 1$$

- g. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.7.2.4 Korelasi

Menurut Silalahi (2009, hlm.375), jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali. Nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson.

Tabel 3.3 Merupakan pedoman koefisiensi yang dapat digunakan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi terhadap kuatnya hubungan

TABEL 3.5
HASIL KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013, hlm.250)

3.7.2.5 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2009: 250), analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Analisis koefisien determinasi untuk mengetahui persentase pengaruh yang sudah diuji. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

3.7.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hermawan (2009, hlm. 220) menyatakan bahwa regresi linier

Regi Naimulloh Maulana, 2016

PENGARUH ATRIBUT DINING EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DI THE STONE CAFÉ

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

berganda merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel *independent* yang berskala metrik (interval atau rasio).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan mengetahui hubungan positif atau negatif dari masing-masing variabel independen tersebut. Dan analisis tersebut dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu $X_1 = \text{Food Quality}$, $X_2 = \text{Service Quality}$, dan $X_3 = \text{Physical Environment}$. Dan variabel dependen yaitu *behavioral intention*(Y). Model persamaan regresi berganda merupakan langkah yang dilakukan untuk menghitung analisis regresi berganda. Persamaan regresi berganda dirumuskan:

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

(Sugiyono, 2012, hlm.277)

Keterangan :

a = konstanta

b = koefisien regresi

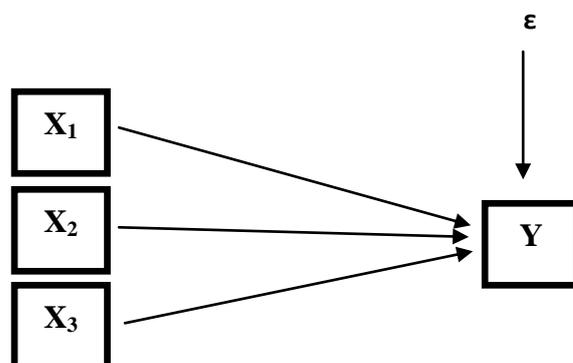
$X_1 = \text{Food Quality}$

$X_2 = \text{Service Quality}$

$X_3 = \text{Physical Environment}$

Menurut Sugiyono (2012, hlm.277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel

dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini



GAMBAR 3.2
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *Food Quality*

X_2 = *Service Quality*

X_3 = *Physical Environment*

Y = *Behavioral Intention*

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

Sebelum penggunaan alat analisis regresi untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data, maka biasanya untuk beberapa masalah yang muncul dan perlu terlebih dahulu diadakan pengujian asumsi klasik, sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas. Sebaliknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Ghozali, 2005: 105).

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam analisis regresi. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance*

menjauhi 1. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS 20 *for window* yang menurut Suliyanto (2005, hlm.73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel *y* pada kotak *dependent*, dan variabel *x* pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefisient*.
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.
- c. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai VIF < 5 menurut Algifari (dalam Suliyanto, 2005, hlm.63).

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi berganda digunakan mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

Pada taraf 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:

1. Hipotesis $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *dining experience* yang terdiri dari *food quality (X1)*, *service quality (X2)*, *physical environment (X3)*, terhadap *behavioral intention* di The Stone Cafe.

2. Hipotesis $H_1 : \rho \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *dining experience* yang terdiri dari *food quality (X1)*, *service quality (X2)*, *physical environment (X3)*, terhadap *behavioral intention* di The Stone Cafe..