

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel X sebagai variabel bebas (independen), variabel Y sebagai variabel terikat (dependen). Variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi nilai (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menganalisis variabel independen yaitu *perceived authenticity* yang terdiri dari *food authenticity*, *authenticity of atmospherics*, dan *employee authenticity*. Dan variabel dependen yaitu *revisit intention* yang terdiri dari *revisit willingness*, *revisit propensity*, *revisit probability in near future*, *likelihood to recommend* dan *likelihood to be the first choice*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung, memesan makanan dan minuman, serta mengonsumsi makanan dan minuman tersebut di restoran Kampung Daun dan Sapulidi sebagai objek yang diteliti. Restoran tersebut dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa objek ini perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh *perceived authenticity* dan *revisit intention*.

Berdasarkan kedua variabel penelitian yang telah disebutkan diatas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *perceived authenticity* terhadap *revisit intention* pada restoran Kampung Daun dan Sapulidi. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian menggunakan metode pengembangan *cross sectional*. Menurut Ulber (2009:37) dalam jurnal (Alkilani, Ling, & Abzakh, 2016) penelitian *cross sectional*, yaitu penelitian yang hanya dilakukan pada satu waktu tertentu. *Cross sectional study* adalah sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari, minggu, atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2013). Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji pengaruh *perceived authenticity* terhadap *revisit intention* di restoran Kampung Daun dan Sapulidi.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu-biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran *perceived authenticity* dan gambaran *revisit intention*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut (Malhotra & Birks, 2007) penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause-and effect*), yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). (Cooper & Schindler, 2003) menjelaskan bahwa secara sederhana penelitian kausalitas adalah penelitian yang menyatakan bahwa variabel A menghasilkan variabel B atau variabel A mendorong munculnya variabel B. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *perceived authenticity* terhadap *revisit intention* pada restoran Kampung Daun dan Sapulidi.

Metode penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti untuk membuat kesimpulan. Metode yang digunakan ini merupakan informasi dari sebagian data yang di dapat seperti data kunjungan ke restoran Kampung Daun dan Sapulidi dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan kausalitas (verifikatif), maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Menurut (Sugiyono, 2014) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Almira Sonia Sonjaya, 2019

PENGARUH PERCEIVED AUTHENTICITY TERHADAP REVISIT INTENTION KONSUMEN RESTORAN ETNIK SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

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

Dan metode *explanatory survey* menurut (Sugiyono, 2014) mendefinisikan metode *explanatory survey* merupakan metode 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. Berdasarkan penelitian tersebut yang menggunakan metode tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2014) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: *independent variable* yaitu *perceived authenticity* (X) dan *dependent variable* yaitu *revisit intention* (Y) dengan *revisit willingness*, *revisit propensity*, *revisit probability in near future*, *likelihood to recommend* dan *likelihood to be the first choice* sebagai alat ukurnya. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel / Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Perceived authenticity</i> merupakan suatu rasa subjektif tiap individu mengenai apakah pengalaman yang mereka dapat otentik (Meng & Choi, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap keaslian restoran etnik sunda.				
<i>Perceived Authenticity</i>	<i>Food authenticity</i>	<i>Topping</i>	Tingkat kesesuaian <i>topping</i> makanan yang terlihat pada hidangan merupakan <i>topping</i> yang familiar ada pada hidangan sunda	Ordinal	1
		<i>Taste</i>	Tingkat rasa hidangan di restoran ini sangat	Ordinal	2

		mencirikan rasa hidangan khas sunda		
	<i>Variety of menu</i>	Tingkat variasi menu restoran yang secara keseluruhan menyediakan berbagai macam jenis hidangan khas sunda	Ordinal	3
	<i>Food presentation</i>	Tingkat kesesuaian tampilan hidangan di restoran yang mencirikan tampilan hidangan khas sunda	Ordinal	4
	<i>Interior design</i>	Tingkat keseluruhan desain interior di restoran yang seakan merasa seperti berada di perkampungan sunda	Ordinal	5
	<i>Eksterior design</i>	Tingkat desain eksterior restoran yang kental dengan nuansa perkampungan sunda	Ordinal	6
<i>Authenticity of atmospherics</i>	<i>Music</i>	Tingkat kesesuaian lantunan musik di restoran yang menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda (lantunan alat musik suling, kecapi, dan/atau gamelan sunda)	Ordinal	7
	<i>Decoration</i>	Tingkat kesesuaian dekorasi di restoran yang menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda	Ordinal	8
	<i>Ware & cutleries</i>	Tingkat kesesuaian peralatan makan dan minum di restoran yang menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda (terbuat dari kayu, bambu, atau terdapat daun pisang)	Ordinal	9

	<i>Furniture</i>	Tingkat kesesuaian furnitur di restoran yang menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda	Ordinal	10
	<i>Uniform</i>	Tingkat kesesuaian seragam yang digunakan karyawan menambahkan nilai keotentikan restoran sunda (mengggunakan batik, pangsi, ikat kepala, dan/atau kebaya)	Ordinal	11
<i>Employee authenticity</i>	<i>Interaction</i>	Tingkat interaksi dengan pelayan yang menambahkan nilai keotentikan restoran sunda	Ordinal	12
	Cara penyajian	Tingkat cara penyajian hidangan yang menambahkan nilai keotentikan restoran sunda	Ordinal	13
	<i>Dining experience</i>	Tingkat pengalaman bersantap yang menambahkan nilai keotentikan restoran sunda	Ordinal	14
<i>Revisit intention</i> sebagai kecenderungan berperilaku yang membawa pelanggan kembali di masa depan (Marinkovic et al., 2014).				
<i>Revisit Intention</i>	<i>Revisit willingness</i>	Tingkat keinginan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang	Ordinal	15
	<i>Revisit propensity</i>	Tingkat kecenderungan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang	Ordinal	16

<i>Revisit probability in near future</i>	Tingkat kemungkinan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang dalam waktu dekat	Ordinal	17
<i>Likelihood to recommend</i>	Tingkat kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga	Ordinal	18
	Tingkat kemungkinan konsumen untuk memberikan penilaian positif	Ordinal	19
<i>Likelihood to be the first choice</i>	Tingkat kemungkinan konsumen untuk menjadikan restoran ini sebagai pilihan utama bersantap di Bandung	Ordinal	20

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Berdasarkan urutan signifikansinya, jenis data terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer memberikan definisi bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2014).

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, dan karya-karya ilmiah mengenai teori *perceived authenticity* dan pengaruhnya terhadap *revisit intention*.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data pra-penelitian mengenai <i>revisit intention</i> konsumen restoran Kampung Daun dan Sapulidi	Primer	Konsumen Kampung Daun dan Sapulidi Manajer Operasional
2.	Wawancara	Primer	restoran Kampung Daun dan Sapulidi, 2019 Penyebaran Kuisisioner pada
3.	Tanggapan pengunjung mengenai <i>perceived authenticity</i>	Primer	pengunjung restoran Kampung Daun dan Sapulidi, 2019 Penyebaran Kuisisioner pada
4.	Tanggapan pengunjung mengenai <i>revisit intention</i>	Primer	pengunjung restoran Kampung Daun dan Sapulidi, 2019 Manajemen
5.	Grafik kunjungan restoran Kampung Daun dan Sapulidi	Sekunder	restoran Kampung Daun dan Sapulidi, 2019
6.	Data restoran etnik sunda yang paling banyak direkomendasikan di Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	<i>Online review platform</i>
7.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>perceived authenticity</i> dan <i>revisit intention</i>	Sekunder	Ebook dan jurnal

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data adalah langkah utama untuk mengetahui karakteristik dan populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian keputusan untuk menguji hipotesis. Populasi adalah Wilayah Generalisasi yang terdiri atau objek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Sedangkan menurut (Sekaran & Bougie, 2016) Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh dari restoran Kampung Daun, dihimpun jumlah kunjungan pelanggan restoran Kampung Daun pada tahun 2018 dengan jumlah sebesar 201.194 pengunjung (Manajemen Restoran Kampung Daun, 2019) dan jumlah kunjungan pelanggan restoran Sapulidi pada tahun 2018 sebesar 164.606 pengunjung (Manajemen Restoran Sapulidi, 2019) sehingga total populasi berjumlah 365.800 pengunjung.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut (Sugiyono, 2014) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sekaran & Bougie, 2016) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan kutipan diatas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi

yang diamati. Berdasarkan sampel diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar 2010:146) yaitu sebagai berikut:

Rumus :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = 5% (Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolelir adalah 0,05 atau 5%).

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada restoran Kampung Daun dan Sapulidi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{365.800}{1 + (365.800)(0,05)^2} \\ n &= \frac{365.800}{915,5} \\ n &= 399,56 \approx 400 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas, diperoleh hasil sampel (n) sebesar 400.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi

memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non-probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, dan lebih spesifiknya teknik yang digunakan adalah *proportionate stratified sampling*. Menurut (Sugiyono, 2014) *proportionate stratified sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap kelas dilakukan dengan alokasi proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional dengan cara:

$$\text{Jumlah sampel tiap kelas} = \frac{\text{Jumlah populasi tiap kelas}}{\text{Jumlah populasi}} \times \text{Jumlah sampel}$$

Tabel 3.3
Perhitungan Jumlah Sampel

No.	Restoran	Perhitungan	Jumlah Sampel
1.	Kampung Daun	$\frac{201.194}{365.800} \times 400 = 220$	220
2.	Sapulidi	$\frac{164.606}{365.800} \times 400 = 179,99$	180
Jumlah			400

Alasan pemilihan spesifikasi ini karena terdapat populasi yang heterogen yaitu populasi restoran Kampung Daun dan Sapulidi. Adapun langkah-langkah dalam teknik pengambilan sampel ini adalah dilakukan sebagai berikut.

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu pengunjung restoran Kampung Daun dan Sapulidi.

2. Menentukan tempat tertentu sebagai *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini adalah restoran Kampung Daun dan Sapulidi.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk penyebaran kuisisioner. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan peneliti adalah pukul 12.00-21.00 WIB. Perbandingan kunjungan restoran Sapulidi dan Kampung Daun adalah 2:3. Maka dari itu dalam pengambilan responden Sapulidi dan Kampung Daun berbeda jumlah responden per harinya.
 - a. Perhitungan responden Sapulidi *Resort, Café and Gallery* per hari
Weekday : 5 responden / hari
Weekend : 8 responden / hari
 - b. Perhitungan responden Kampung Daun *Culture Gallery and Café* per hari
Weekday : 6 responden / hari
Weekend : 10 responden / hari

Berdasarkan keterangan diatas, estimasi penyebaran kuisisioner dengan total responden yaitu 400 responden diperkirakan membutuhkan waktu 32 hari. Pada penyebaran kuisisioner peneliti menentukan waktu tambahan dengan perkiraan terjadi kejadian yang tidak diinginkan saat penyebaran kuisisioner yaitu 10 hari. Sehingga estimasi jumlah hari untuk penyebaran kuisisioner penelitian adalah 42 hari.

Pada hari yang ditentukan pada *check point*, pengunjung yang ada ditempat tersebut dan kemungkinan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian akan ditanyakan ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner untuk di isi atau peneliti membacakan pertanyaan dalam kuesioner sedangkan pelanggan menjawab pertanyaannya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung

Almira Sonia Sonjaya, 2019

PENGARUH PERCEIVED AUTHENTICITY TERHADAP REVISIT INTENTION KONSUMEN RESTORAN ETNIK SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

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

dari manajemen restoran. Responden dalam penelitian ini yaitu Manajer Operasional restoran Kampung Daun dan Sapulidi.

2. Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau intraksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti khususnya *authenticity* yang terdapat di restoran Kampung Daun dan Sapulidi.
3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *perceived authenticity* dan *revisit intention* di restoran Kampung Daun dan Sapulidi. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.
4. Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *perceived authenticity* dan *revisit intention*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *perceived authenticity* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *revisit intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan

mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2013), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, 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_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

$\sum X$ = 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

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

n = Banyaknya responden

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

- a. Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *Data View*;
- b. Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- c. Klik *Analyze*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*;

- d. Sorot semua item yang tersedia dengan total masing-masing variabel, pindahkan ke kolom *Variables*;
- e. Lalu tentukan uji *Correlate*, centang bagian *Pearson*, *Two-tailed* dan *Flag significant correlations*;
- f. Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $dk = n - 2$, $dk = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0.361. r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r minimal adalah 0.3 (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *perceived authenticity* sebagai variable X dan *revisit intention* sebagai variable Y. berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti yang diajukan kepada responden penelitian.

Tabel 3.4
Pengujian Validitas

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Perceived Authenticity</i>				
A. Food Authenticity				
1.	Bahan-bahan makanan yang terlihat pada hidangan merupakan bahan-bahan yang familiar ada di hidangan sunda	0,902	0,361	Valid
2.	Rasa hidangan di restoran ini mencirikan rasa hidangan khas sunda	0,833	0,361	Valid
3.	Variasi menu di restoran ini secara keseluruhan menyediakan berbagai macam jenis hidangan khas sunda	0,833	0,361	Valid
4.	Tampilan hidangan di restoran ini mencirikan tampilan hidangan khas sunda	0,756	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
B. <i>Authenticity of Atmospherics</i>				
5.	Keseluruhan desain interior di restoran ini membuat saya merasa sedang berada di perkampungan sunda	0,721	0,361	Valid
6.	Desain eksterior restoran ini kental dengan nuansa perkampungan sunda	0,724	0,361	Valid
7.	Musik di restoran ini menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda	0,659	0,361	Valid
8.	Dekorasi di restoran ini menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda	0,869	0,361	Valid
9.	Peralatan makan dan minum di restoran ini merepresentasikan keotentikan restoran etnik sunda	0,550	0,361	Valid
10.	Furnitur di restoran ini merepresentasikan keotentikan restoran etnik sunda	0,638	0,361	Valid
C. <i>Employee Authenticity</i>				
11.	Seragam yang digunakan karyawan menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda	0,504	0,361	Valid
12.	Interaksi saya dengan pelayan menambah kesan saya terhadap keotentikan restoran etnik sunda	0,805	0,361	Valid
13.	Cara penyajian hidangan di restoran ini menambah kesan saya terhadap keotentikan restoran etnik sunda	0,815	0,361	Valid
14.	Pengalaman bersantap yang diberikan menambah pengalaman dan pengetahuan saya akan budaya sunda	0,816	0,361	Valid
D. <i>Revisit Intention</i>				
15.	Keinginan untuk kembali lagi ke restoran ini di masa depan	0,911	0,361	Valid
16.	Kecenderungan untuk kembali lagi ke restoran ini	0,894	0,361	Valid
17.	Kemungkinan untuk kembali lagi ke restoran ini di waktu dekat	0,690	0,361	Valid
18.	Kemungkinan untuk merekomendasikan restoran ini ke teman dan/atau keluarga	0,901	0,361	Valid
19.	Kemungkinan untuk memberikan penilaian positif terhadap restoran ini	0,868	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
20.	Kemungkinan untuk menjadikan restoran ini sebagai pilihan utama bersantap di Bandung	0,831	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas dari kuisisioner yang diuji kepada 30 responden dapat diketahui bahwa semua item pada variabel *perceived authenticity* terhadap *revisit intention* dikatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari semua nilai r_{hitung} tertinggi pada item *perceived authenticity* yaitu pada item pernyataan “bahan-bahan makanan yang terlihat pada hidangan merupakan bahan-bahan yang familiar ada di hidangan sunda” sebesar 0,902. Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “seragam yang digunakan karyawan menambah nilai keotentikan restoran etnik sunda” sebesar 0,504. Sedangkan pada item *revisit intention*, hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi pada item pertanyaan “keinginan untuk kembali lagi ke restoran ini di masa depan” sebesar 0,911 sedangkan hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “kemungkinan untuk kembali lagi ke restoran ini di waktu dekat” sebesar 0,690.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner (Sujarweni, 2014). Sejalan dengan yang telah diungkapkan oleh (Maholtra Naresh, 2009) dalam mendefinisikan reliabilitas sebagai “*The extent to which a scale produces consistent results of repeated measurement are made on the characteristic*” penjelasan tersebut dapat di simpulkan bahwa sejauh mana suatu skala menghasilkan angka yang konsisten dari pengukuran yang berulang. Uji realibilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten.. Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach’s alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 20. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C\alpha$ hitung $\geq C\alpha$ minimal dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C\alpha$ hitung $\geq 0,700$.

Tabel 3.5
Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Perceived Authenticity</i>	0,858	0,70	Reliabel
2.	<i>Revisit Intention</i>	0,919	0,70	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel baik *perceived authenticity* maupun *revisit intention* dikatakan reliabel. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* kedua variabel lebih besar dibandingkan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,70 yaitu 0,858 dan 0,919.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Menurut (Sujarweni, 2014) analisis data merupakan upaya pengolahan data yang sudah tersedia dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan

Almira Sonia Sonjaya, 2019

PENGARUH PERCEIVED AUTHENTICITY TERHADAP REVISIT INTENTION KONSUMEN RESTORAN ETNIK SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

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

masalah dalam penelitian. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipoteses yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisioner. Kuisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel tersebut yaitu mengenai *perceived authenticity* dan *revisit intention*.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. (Sulistiyastuti, Erwan Agus Purwanto, 2011) menjelaskan tentang tujuan dalam analisis deskriptif yaitu melakukan eksplorasi mengenai karakteristik data dan meringkas serta mendeskripsikan data. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *perceived authenticity* di restoran Kampung Daun dan Sapulidi yang terdiri dari *food authenticity*, *employee authenticity*, dan *authenticity of atmospherics*.
2. Analisis deskriptif mengenai *revisit intention* pelanggan di restoran Kampung Daun dan Sapulidi yang terdiri dari *revisit willingness*, *revisit propensity*, *revisit probability in near future*, *likelihood to recommend* dan *likelihood to be the first choice*.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;
Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;
3. Tabulasi data;
 - a. Memberikan skor pada setiap item,
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,

Almira Sonia Sonjaya, 2019

PENGARUH PERCEIVED AUTHENTICITY TERHADAP REVISIT INTENTION KONSUMEN RESTORAN ETNIK SUNDA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

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

- c. Mengubah jenis data, dan
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pernyataan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

Tabel 3.6
Alternatif Jawaban Menurut Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/ positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Menyusun data
2. Kegiatan seleksi data ditujukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
3. Tabulasi data, yaitu:
 - a. Memberi skor pada setiap item

- b. Menjumlahkan skor setiap item
 - c. Menyusun rangking pada setiap item
 - d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data proses pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah melalui metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier berganda. Data yang dihasilkan dari penelitian ini merupakan data ordinal yang harus ditransformasi kedalam bentuk data interval agar dapat diproses. Hal ini dapat dilakukan dengan *Method of Successive Interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Persamaan regresi linier berganda penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

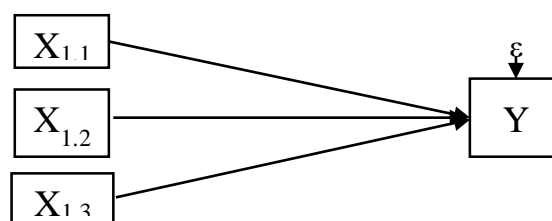
Keterangan: Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*Revisit Intention*)

a = Konstant

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan

X= Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu $X_{1.1}$ (*food authenticity*) $X_{1.2}$ (*authenticity of atmospherics*), dan $X_{1.3}$ (*employee authenticity*) adalah variabel penyebab.

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 3.1 berikut:



Gambar 3.1
Regresi Berganda

Keterangan:

X1 = *food authenticity*

X2 = *authenticity of atmospherics*

X3 = *employee authenticity*

Y = *revisit intention*

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan linearitas.

a. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$. 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 heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear. Sedangkan jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$.

e. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

3. Analisis Korelasi (R)

Analisis Korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain, Husein Umar, (2013:129). Silalahi mengungkapkan (2009:375) bahwa

Jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini 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 R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Menurut (Sugiyono, 2014) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut.

Tabel 3.7
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
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, 2014)

4. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent ($X_{1.1}$, $X_{2.1}$ dan $X_{3.1}$) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Silalahi (2009, hlm. 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependent.

5. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independent mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya

menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Harga F_{hitung} selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel (F_{tabel}) dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dan taraf yang ditetapkan adalah 10%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} \geq F_{tabel}$), maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
- b. Bila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} ($F_{hitung} < F_{tabel}$), maka koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikan yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

6. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2010:188) adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahap terakhir yang dari analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan menentukan akhir dan dapat disimpulkan antara H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived authenticity* (X) terhadap *revisit intention* (Y).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial ($X_{1.1}$), ($X_{1.2}$), dan ($X_{1.3}$) terhadap *revisit intention* konsumen restoran Kampung Daun dan Sapulidi.

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *perceived authenticity* yang terdiri dari *food authenticity*, *authenticity of atmospherics* dan *employee authenticity* terhadap

variabel *dependen* (Y) yaitu *revisit intention*. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Secara statistik, hipotesis yang akan di uji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 = 0$, tidak ada pengaruh dari *perceived authenticity* (X) yang terdiri dari *food authenticity* ($X_{1,1}$) *authenticity of atmospherics* ($X_{2,1}$) dan *employee authenticity* ($X_{1,3}$) terhadap *revisit intention* (Y).

$H_a \neq 0$, terdapat pengaruh dari *perceived authenticity* (X) yang terdiri dari *food authenticity* ($X_{1,1}$) *authenticity of atmospherics* ($X_{2,1}$) dan *employee authenticity* ($X_{1,3}$) terhadap *revisit intention* (Y).