

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *dining experience* dalam upaya meningkatkan *revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung. Variabel yang diteliti terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *dining experience* yang terdiri dari empat dimensi yaitu *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness*. Sedangkan variabel terikat (Y) adalah *revisit intention* yang memiliki dimensi *likelihood to visit again*, *likelihood to recommend others* dan *likelihood to be the first choice for future visit*.

Objek penelitian atau unit analisis dari penelitian ini adalah konsumen yang pertamakali mengunjungi Mujigae Resto outlet Bandung. Berdasarkan objek penelitian atau unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *dining experience* terhadap *revisit intention* di Mujigae Resto outlet Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut (Uma Sekaran 2013, hlm 106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang analisis *dining experience* yang berdampak pada *revisit intention*.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode 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. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *dining experience* di Mujigae outlet Bandung dan gambaran mengenai *revisit intention*.

Menurut (Uma Sekaran & Bougie, 2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskriptifkan sesuatu biasanya karakteristik atau fungsi yang dilakukan untuk menjelaskan sesuatu.

Dinda Aprillia Tiara Putri, 2019

*PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION (SURVEI TERHADAP KONSUMEN YANG MELAKUKAN PEMBELIAN DI MUJIGAE RESTO OUTLET BANDUNG)*

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Menurut Naresh K. Maholtra (2009) pengertian verifikatif adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause and effect*) yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi).

Penggunaan metode deskriptif ini, dilakukan melalui penelusuran literatur khususnya jurnal-jurnal internasional yang berkaitan dengan *dining experience* terhadap *revisit intention* yang dilakukan di industri makanan dan minuman. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah yang dilakukan Mujigae *outlet* Bandung untuk meningkatkan *dining experience* di Mujigae *outlet* Bandung berpengaruh terhadap *revisit intention*.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut (Sekaran, 2013) 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 Operasional Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *dining experience* (X), yaitu *food quality* (X,1), *service quality* (X,2), *quality of environment* (X,3), *price fairness* (X,4) dan variabel terikat (Y) yaitu *revisit intention* terdiri dari *likelihood to visit again*, *likelihood to recommend others* dan *likelihood to be the first choice for future visit*.

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	SubVariabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Dining experience</i> (X)	<i>Dining experience</i> merupakan penilaian pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman mereka, dimulai dengan kualitas makanan dan layanan untuk lingkungan restoran (Canny, 2014).					
	<i>food quality</i> (X,1)	Sesuatu yang layak dan tepat untuk dikonsumsi yang mencakup faktor kualitas seperti suhu makanan, kesegaran makanan dan persiapan makanan	<i>Food presentation</i>	Tingkat kemenarikan penyajian dari makanan dan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	1
			<i>Food taste</i>	Tingkat rasa makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	2
			<i>Drink taste</i>	Tingkat rasa minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	3
			<i>Food freshness</i>	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	4
			<i>Appropriate food temperature</i>	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	5
	<i>service quality</i> (X,2)	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 dan kesopanan	<i>Friendly and courteous employees</i>	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	<i>Ordinal scale</i>	6
			<i>Prompt service</i>	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	<i>Ordinal scale</i>	7
			<i>Helpful employees</i>	kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	<i>Ordinal scale</i>	8
			<i>Employees have knowledge of the products offered</i>	Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	<i>Ordinal scale</i>	9
<i>Food served as ordered</i>			Tingkat kesesuaian menu yang di pesan	<i>Ordinal scale</i>	10	

			dengan menu yang disajikan		
<b>quality of environment (X,3)</b>	Segala sesuatu yang membantu pengalaman yang dirasakan konsumen didalam suatu restoran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen	<i>Interior design and decor</i>	Tingkat daya tarik dan dekorasi	<i>Ordinal scale</i>	11
		<i>Appropriate room temperature</i>	Tingkat kesesuaian suhu ruangan resto	<i>Ordinal scale</i>	12
		<i>Noise level</i>	Tingkat kenyamanan suara di area resto	<i>Ordinal scale</i>	13
		<i>Restaurant cleanliness</i>	Tingkat kebersihan resto	<i>Ordinal scale</i>	14
		<i>Neat and well-dressed employees</i>	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	<i>Ordinal scale</i>	15
<b>price fairness (X,4)</b>	Persepsi konsumen dimana perbedaan antara harga yang diterima layak dibandingkan dengan yang lain, dapat dipertimbangkan atau harga yang bisa diterima.	<i>Reasonable price of food</i>	Tingkat kesesuaian harga makanan dengan makanan yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	16
		<i>Reasonable price of drinks</i>	Tingkat kesesuaian harga minuman dengan minuman yang disajikan	<i>Ordinal scale</i>	17
<b>Revisit Intention (Y)</b>	<i>Revisit intention</i> sebagai niat pengunjung untuk mengunjungi kembali dalam waktu satu tahun dan kesediaan mereka untuk sering bepergian ke suatu tempat (Wu, Li, & Li, 2018).				
		<i>Likelihood to visit again</i>	Tingkat kemungkinan untuk berkunjung kembali ke Mujigae Resto outlet Bandung	<i>Ordinal scale</i>	18
		<i>Likelihood to recommend others</i>	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Mujigae Resto outlet Bandung	<i>Ordinal scale</i>	19
		<i>Likelihood to be the first</i>	Tingkat kemungkinan untuk memilih Mujigae Resto	<i>Ordinal scale</i>	20

---

*choice for* sebagai pilihan  
*future visit* pertama

---

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder.

#### 1. Data Primer

Menurut Uma Sekaran (2013:113) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data untuk tujuan khusus penelitian.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data, yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sekaran, 2013). Dalam penelitian ini, yang menjadi jenis dan sumber data adalah berbagai literatur, dan beberapa jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian, untuk lebih jelasnya Tabel 3.2 menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Jumlah Usaha Café di Bandung (2013-2017)	Sekunder	Kota Bandung Dalam Angka, 2018 (Bandungkota.bps.go.id)
2.	Data Jumlah Kunjungan di Mujigae Resto <i>outlet</i> Bandung (Maret 2016 - Februari 2019)	Sekunder	Manager Mujigae Resto
3.	Tanggapan konsumen mengenai <i>dining experience</i>	Primer	Penyebaran kuesioner pada konsumen Mujigae Resto <i>outlet</i> Bandung
4.	Tanggapan konsumen mengenai <i>revisit intention</i>	Primer	Penyebaran kuesioner pada konsumen Mujigae Resto <i>outlet</i> Bandung

Sumber: Hasil pengolahan data, 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting dalam melakukan penelitian guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Uma Sekaran (2013:240), Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Sedangkan Jacson (2012) mengemukakan bahwa populasi adalah semua orang mengenai untuk siapa penelitian ini dimaksudkan kemudian melakukan generalisasi. Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Mujigae *outlet* Bandung dalam satu tahun periode yaitu tahun 2018, sebesar 148.748 pengunjung.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel diperlukan untuk mempermudah penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti. Keterbatasan itu disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan apabila bagian yang diambil tersebut mewakili yang diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Uma Sekaran 2013:241). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin. yaitu dengan rumus:

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

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0.05 atau 5%).

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

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

$$n = \frac{148.748}{1 + 148.748 \times (0.05)^2}$$

$$n = 398,93 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal 400 responden. Sehingga dalam penelitian ini sampel akan diambil 400 responden dibagi kepada 3 outlet Mujigae yang ada di Bandung (Ciwalk 192 responden, Festival Citylink 136 responden dan Miko Mall 72 Responden).

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

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 (U. Sekaran & Bougie, 2016).

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*, *stratification 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.

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel menggunakan *probability sampling* dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Lebih spesifiknya teknik yang digunakan adalah *systematic random sampling*, dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada

setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama. Langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sampel ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu konsumen yang pertamakali mengunjungi Mujigae Resto *outlet* Bandung.
2. Sampel dibagi menjadi 3 bagian sesuai dengan sedikit atau banyaknya populasi dari tiap *outlet*. Populasi pada *outlet* Ciwalk sebesar 71.370 pengunjung, didapat sampel sebanyak 192 sampel yang merupakan 48% dari total sampel, Festival Citylink sebesar 50.420 pengunjung, didapat sampel sebanyak 136 sampel yang merupakan 34% dari total sampel dan Miko Mall sebesar 26.958 pengunjung, didapat sampel sebanyak 72 sampel yang merupakan 18% dari total sampel).
3. Pada hari yang ditentukan pada *check point*, konsumen yang melakukan pembelian di Mujigae Resto *outlet* Bandung dan kemungkinan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian akan ditanyakan ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner untuk diisi atau peneliti membacakan pertanyaan dalam kuesioner sedangkan konsumen menjawab pertanyaannya.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Uma Sekaran 2013: hlm 116), 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

Wawancara merupakan teknik komunikasi pengumpulan data secara langsung dari sumber yang bersangkutan, wawancara ini dilakukan kepada konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Mujigae Resto *outlet* Bandung.

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung ke Mujigae Resto *outlet* Bandung.

#### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer melalui menyebarkan daftar pertanyaan tertulis sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti



kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Mujigae Resto *outlet* Bandung.

#### 4. Studi literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *dining experience* dan *revisit intention*.

Agar lebih jelas, maka penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data pada Tabel 3.3 berikut ini:

**TABEL 3.3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Mujigae <i>outlet</i> Bandung
2.	Observasi	Mujigae <i>outlet</i> Bandung
3.	Kuisisioner	Konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Mujigae <i>outlet</i> Bandung
4.	Studi Literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian

Sumber: Hasil pengolahan, 2019

#### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan penting. Benar tidaknya data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data 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.

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *dining experience* (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 Hasil Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi di dalam penelitian ini karena, data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Benar atau tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

Instrumen yang telah teruji validitas dan realibilitas belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *dining experience* sebagai instrument variabel X dan *revisit intention* sebagai instrument variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008: 110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber : Sugiyono (2011, hlm 183)

Keterangan :	$r_{xy}$	: Korelasi skor item dan skor total item
	n	: Jumlah responden
	x	: Skor per item dalam variable
	y	: Skor total item dalam variable
	$\sum x$	: Jumlah skor dalam distribusi X
	$\sum y$	: Jumlah skor dalam distribusi Y
	$\sum x^2$	: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
	$\sum y^2$	: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Pada penelitian ini, pengujian validitas tidak dilakukan secara manual tetapi menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*. Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS *data view*
2. Klik variabel view (letaknya dikiri bawah) isi kolom *name* dengan variabel – variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi degan nama – nama atas variabel penelitian), *colum, align (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure* (skala : ordinal)
3. Pengisian data : pilih *data view* pada SPSS *data editor*
4. Pengolahan data : pilih *analyze, correlate, bivariate*
5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation, coefficient* pilih *pearson, test of significance* klik *twotailed*
6. Klik Ok untuk mengakhiri perintah

Setelah keluar output dari pengujian langkah-langkah tersebut, Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r<sub>hitung</sub> lebih kecil dari r<sub>tabel</sub> r<sub>hitung</sub> < r<sub>tabel</sub>

Adapun dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness* sebagai variabel X dan *revisit intention* sebagai variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<i>Dining Experience</i>				
<i>Food Quality (X1)</i>				
1.	Tingkat kemenarikan penyajian dari makanan dan minuman yang disajikan	0.773	0.361	Valid
2.	Tingkat rasa makanan yang disajikan	0.627	0.361	Valid
3.	Tingkat rasa minuman yang disajikan	0.797	0.361	Valid
4.	Tingkat kesegaran makanan yang disajikan	0.696	0.361	Valid
5.	Tingkat kesesuaian temperatur dari makanan yang disajikan	0.787	0.361	Valid
<i>Service Quality (X2)</i>				
6.	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	0.786	0.361	Valid
7.	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	0.770	0.361	Valid
8.	Tingkat kesigapan karyawan dalam membantu konsumen	0.835	0.361	Valid
9.	Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	0.784	0.361	Valid
10.	Tingkat kesesuaian menu yang di pesan dengan menu yang disajikan	0.730	0.361	Valid
<i>Quality of Environment (X3)</i>				
11.	Tingkat daya tarik <i>desain interior</i> dan dekorasi	0.624	0.361	Valid
12.	Tingkat kesesuaian suhu ruangan resto	0.809	0.361	Valid
13.	Tingkat kenyamanan suara di area resto	0.675	0.361	Valid

14.	Tingkat kebersihan resto	0.669	0.361	Valid
15.	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	0.665	0.361	Valid
<b><i>Price Fairness (X4)</i></b>				
16.	Tingkat kesesuaian harga makanan dengan makanan yang disajikan	0.945	0.361	Valid
17.	Tingkat kesesuaian harga minuman dengan minuman yang disajikan	0.932	0.361	Valid
<b><i>Revisit Intention</i></b>				
18.	Tingkat kesediaan untuk berkunjung kembali ke Mujigae Resto <i>outlet</i> Bandung	0.909	0.361	Valid
19.	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Mujigae Resto <i>outlet</i> Bandung kepada teman atau keluarga	0.867	0.361	Valid
20.	Tingkat kesediaan untuk memilih Mujigae Resto sebagai pilihan pertama untuk dikunjungi di masa yang akan datang	0.819	0.361	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2019 (Menggunakan SPSS 23 *for windows*)

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji validitas menunjukkan bahwa angket kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Hasil pengujian validitas instrument penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan (20 item) valid karena skor  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi variabel X terdapat pada nilai item tingkat kesesuaian harga makanan dengan makanan yang disajikan dengan nilai 0,945, sedangkan nilai terendah adalah 0,624 pada item nilai tingkat daya tarik *desain interior* dan dekorasi. Item pertanyaan pada dimensi variabel Y juga valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada item tingkat kesediaan untuk berkunjung kembali ke Mujigae Resto *outlet* Bandung dengan nilai sebesar 0,909 sedangkan nilai tertinggi selanjutnya terdapat pada item tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Mujigae Resto *outlet* Bandung kepada teman atau keluarga dengan nilai 0.867 dan nilai terendah adalah 0,819 pada item tingkat kesediaan untuk memilih Mujigae Resto sebagai pilihan pertama untuk dikunjungi di masa yang akan datang.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut (Uma Sekaran, 2013:225). Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliable artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Uji realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. *Cronbach Alpha* merupakan statistik paling umum digunakan dalam penelitian. Rumus *Cronbach Alpha* merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kerealibilitasan suatu instrumen (Sujarweni, 2014 hlm. 86).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

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

Sumber : Husein Umar (2009, hlm 170)

Keterangan :  $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian total  
 $\sigma_1^2$  : Varian total

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

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

Keterangan :  $n$  : Jumlah responden  
 $x$  : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Pengujian realibilitas ini menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*. Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kemudian klik *analyze, scale* dan pilih *reliability analysis*.
4. Pindahkan semua pernyataan tanpa jumlah ke kolom *items*.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
6. Kemudian klik *continue* dan OK

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

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

Pengujian reliabilitas instrument diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan program *SPSS Statistic 23.0 for windows*, diketahui bahwa semua variabel *reliable* hal ini dikarenakan  $C\sigma$  masing-masing variable lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian pada tabel 3.5

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Ket
1	<i>Dining Experience</i>	0,904	0,700	Reliabel
2	<i>Revisit Intention</i>	0,831	0,700	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data, 2019 (Menggunakan *SPSS 23 for windows*)

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel yang memiliki nilai lebih besar adalah *dining experience* dengan  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,904 dan variabel *revisit intention* dengan  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,831, dengan keterangan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena kedua angka tersebut bernilai lebih besar dari nilai  $C\sigma_{minimal}$  yaitu 0,700.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel tanpa perlu menguji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai *dining experience* (X), sedangkan untuk *revisit intention* (Y) sebagai variabel terikat di Mujigae Resto *outlet* Bandung.

Analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *dining experience* di Mujigae Resto *outlet* Bandung.
2. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *revisit intention* di Mujigae Resto *outlet* Bandung

#### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah analisis deskriptif, pengolahan data dari hasil data yang diperoleh, dilakukan melalui tahapan berikut:

a. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

b. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

c. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.



#### d. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment* dan *price fairness*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

#### 3.2.7.3 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu  $X_1$  (*food quality*),  $X_2$  (*service quality*),  $X_3$  (*quality of environment*) dan  $X_4$  (*price fairness*), dengan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

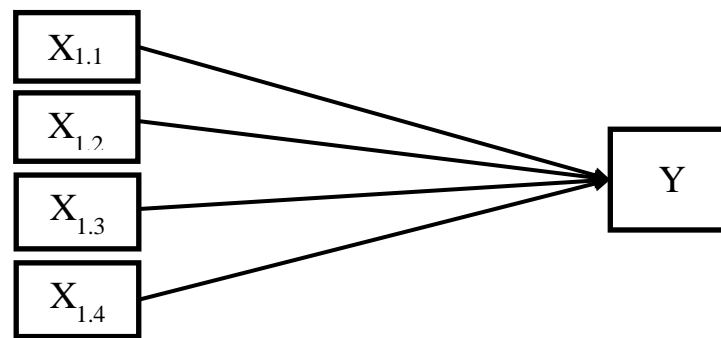
Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

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 quality*),  $X_{1.2}$  (*service quality*),  $X_{1.3}$  (*quality of environment*),  $X_{1.4}$  (*price fairness*) adalah variabel penyebab

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas *dining experience* (X1) dengan dimensi  $X_{1.1}$  (*food quality*),  $X_{1.2}$  (*service quality*),  $X_{1.3}$  (*quality of environment*) dan  $X_{1.4}$  (*price fairness*), terhadap variabel terikat yaitu *revisit intention* (Y). Hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

$X_1$  = *food quality*

$X_2$  = *service quality*

$X_3$  = *quality of environment*

$X_4$  = *price fairness*

$Y$  = *revisit intention*

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

#### 1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

#### 2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

### 3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya).

### 4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

### 5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.6**  
**INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Suharsimi Arikunto (2010:178)

### 6. Analisis Determinasi (KD)

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai

variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Sumber: Alma (2007:81)

Keterangan :

KP: Nilai Koefisien determinasi

$r$  : Nilai Koefisien Korelasi

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Secara Simultan

$H_0$  :  $PYX = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *dining experience* terhadap *revisit intention*.

$H_a$  :  $PYX \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *dining experience* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji  $f$  dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan :  $R$  = Koefisien korelasi ganda

$m$  = Jumlah prediktor

$n$  = Jumlah Anggota Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

## 2. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dengan rumus:

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

Sumber: Sugiyono (2012:250)

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya *dining experience* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya *dining experience* berpengaruh terhadap *revisit intention*.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *food quality* terhadap *revisit intention*.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *food quality* terhadap *revisit intention*.
2.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *revisit intention*.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *revisit intention*.
3.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *quality of environment* terhadap *revisit intention*.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *quality of environment* terhadap *revisit intention*.
4.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *price fairness* terhadap *revisit intention*.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *price fairness* terhadap *revisit intention*.