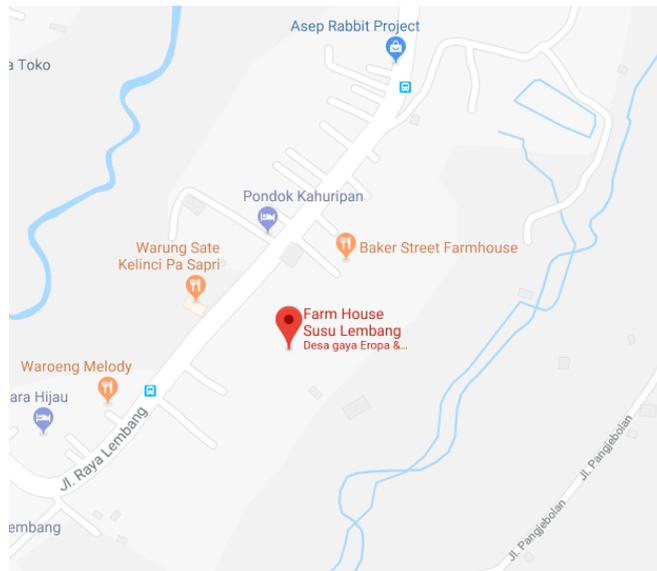


## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian



**Gambar 3.1** Peta lokasi Farmhouse Lembang

*Sumber : Google Maps*

Farmhouse Lembang berada di Jl. Raya Lembang No. 108, Gudangkahuripan, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Farmhouse Lembang di bangun oleh Perry Tristiano yang dibuka pada bulan Desember 2015, sehingga kawasan objek wisata ini masih terbilang baru. Luas lahan Farmhouse Lembang sebesar 2 hektar. Farmhouse merupakan salah satu dari ketiga produk yang dimiliki oleh Perry Tristiano, produk tersebut yaitu diantaranya De Ranch dan Floating Market. Harga tiket masuk ke Farmhouse Lembang yaitu sebesar Rp 25.000 baik di hari *weekday* maupun *weekend*. Jam operasional Farmhouse itu sendiri dimulai dari jam 09.00 – 21.00 WIB.

Alternatif jalan yang dapat anda akses untuk dapat hingga kesana. Serta berikut ini sebagian alternatif jalan yang dapat anda gunakan.

1. Wisatawan dari Jakarta dan membawa mobil, bisa melalui Tol Cipularang dan keluar dari gerbang Tol Pasteur, lalu belok menuju Jl. Sukajadi terus ke Jl. Dr. Setiabudhi, terus ke atas melewati kampus Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung.

2. Ikuti jalan menuju arah Lembang. Sementara bila memakai jasa angkutan kereta api dari Jakarta, anda bisa turun di Stasiun Bandung dan naik angkutan umum Stasiun – Lembang atau Ciroyom – Lembang.
3. Jika dari Terminal Leuwipanjang, naik saja bus kota ke Terminal Ledeng. Dari sebrang Terminal Ledeng naik angkutan ke arah Lembang.
4. Jika dari Terminal Cicaheum, naik angkutan jurusan Cicaheum - Ledeng. Dari sebrang Terminal Ledeng naik angkutan ke arah Lembang.

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan teknik analisis deskriptif dan verifikatif, serta pendekatan kuantitatif. Penelitian *survey* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *survey* deskriptif (*descriptive survey*) yang berusaha menjelaskan atau mencatat apa yang ada saat ini, *survey* analitis (*analitical survey*) yang berupaya menggambarkan dan menjelaskan mengapa situasi itu ada. *Survey* analitis mempelajari dua atau lebih variabel dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian (Morissan, 2012). Hasil *survey* memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dan menarik kesimpulan dari hubungan tersebut. Metode *survey* menunjuk pada teknik kuesioner, yaitu mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden menggunakan secara lisan, tulisan, dan *Google form*. Kuisisioner yang disebar ada 100 yang diantaranya 20 dalam bentuk lembar isian manual dan 80 dalam bentuk isian *Google form*.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini populasi tersebut adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang.

#### 3.3.2 Sampel

##### a. Sampel

Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel  
 N = Ukuran populasi  
 e = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ( $e = 0,1$ )

b. Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel, penulis memakai teknik Probability Sampling yaitu Simple Random Sampling. Menurut Sugiyono (2011), simple random sampling adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Jadi sampel yang digunakan yaitu wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang baik pertama kali ataupun sudah beberapa kali. Berikut adalah Tabel mengenai Data Kunjungan Wisatawan ke Farmhouse Lembang :

**Tabel 3.1 Data kunjungan wisata ke Farmhouse Lembang**

KETERANGAN KUNJUNGAN	WISATAWAN YANG BERKUNJUNG
<i>Weekday</i>	4.000
<i>Weekend</i>	7.000
<i>Long Weekend</i>	10.000
TOTAL	21.000
RATA-RATA	7000

*Sumber : pengelola taman wisata Farmhouse Lembang*

Dalam penelitian ini penulis menghitung jumlah sampel berdasarkan data yang didapat dari pengelola Farmhouse Lembang. Data yang dijadikan nilai (n) jumlah populasi adalah jumlah rata-rata wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang pada tahun 2016, yaitu sebanyak 7.000 wisatawan dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 10%. Berdasarkan data kunjungan tersebut, jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{7.000}{1 + 7.000(0,1)^2}$$

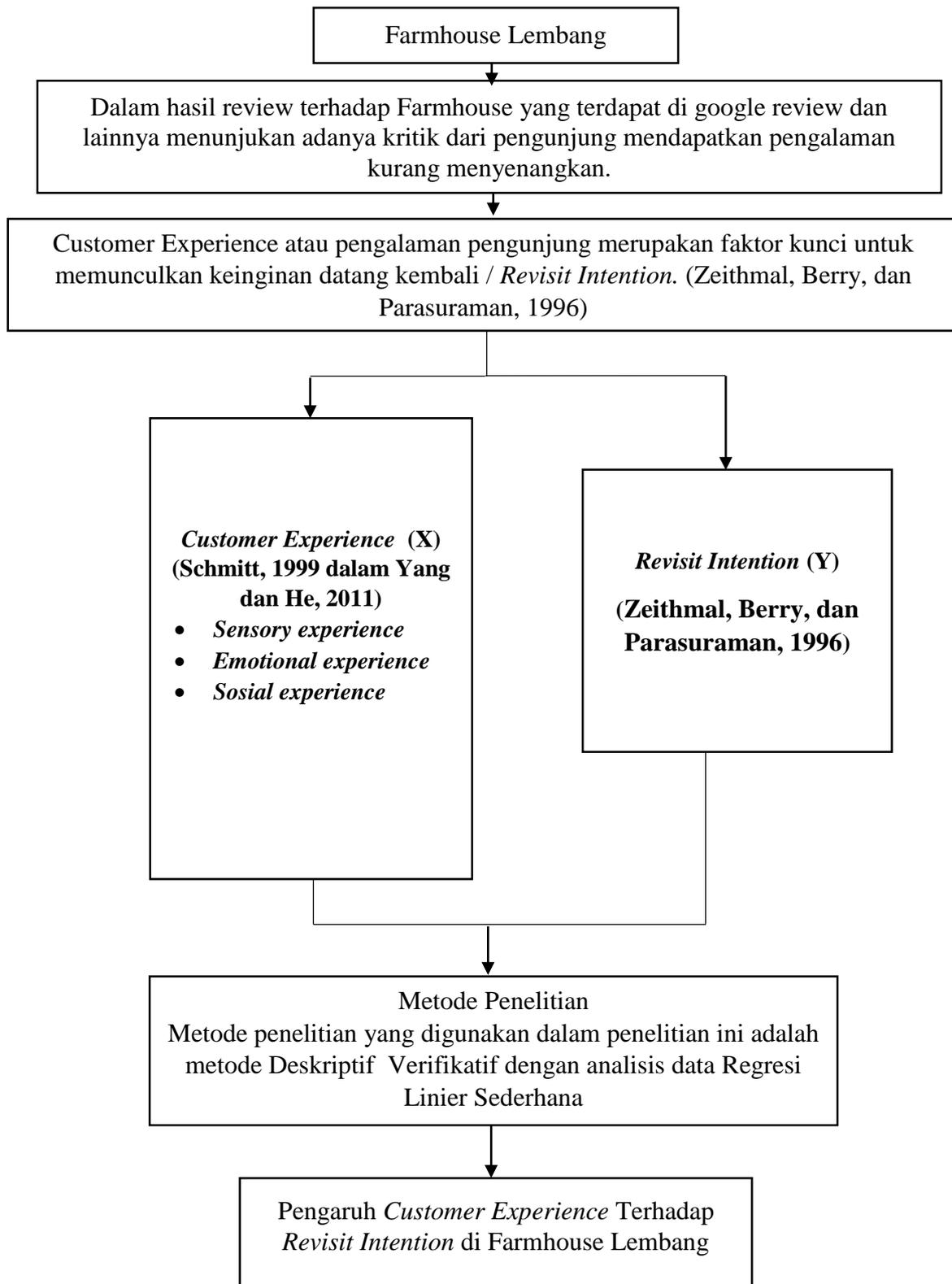
$$n = \frac{7.000}{71}$$

$$n = 98,59$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang akan diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 100 wisatawan.

### 3.4 Desain Penelitian



**Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran**

( Hasil Olahan Penulis 2018 )

### 3.4 Variabel Penelitian

Operasional variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (*indicator, item*) yang menunjukkan langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur (Silalahi, 2010). Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel *independent* dan *dependent*.

Variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* baik secara positif maupun negatif, yaitu apabila terjadi kenaikan maupun penurunan pada variabel *independent*, maka akan terjadi pula pada variabel *dependent* (Sekaran, 2011). Sedangkan variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel *independent* (Sugiyono, 2011).

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu *Customer Experience* (variabel X) yang merupakan variabel bebas (*independent*) dan *Revisit Intention* (variabel Y) sebagai variabel terikat (*dependent*).

Variabel bebas (*independent*) (X), yaitu variabel *Customer Experience* memiliki sub variabel sebagai berikut (Schmitt, 1999 dalam Yang dan He, 2011) :

1. *Sensory experience*
2. *Emotional experience*
3. *Social experience*

Variabel terikat (*dependent*) (Y), yaitu *revisit intention* memiliki indikator sebagai berikut (Zeithmal, Berry, dan Parasuraman, 1996) :

1. *Repeat*
2. *Recomended*

Variabel-variabel tersebut dibuat sebagai acuan kuesioner yang didalamnya berisi indikator-indikator yang terkait melalui tabel operasionalisasi variabel.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel (X)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
<p><b>Customer Experience</b></p> <p>Pengalaman atau <i>Experience</i> melibatkan seluruh hal dalam peristiwa kehidupan. Dengan kata lain, sebagai pemasar harus menata lingkungan yang benar untuk pelanggan dan apa sebenarnya yang diinginkan pelanggan. Pengalaman atau <i>experience</i> pada umumnya bukan dihasilkan atas diri sendiri tapi bersifat membujuk pada atau secara psikologi pengalaman adalah sesuatu hal yang terjadi tanpa unsur kesengajaan. (Schmitt, 1999).</p>	<p><i>Sensory experience</i> (Yang dan He, 2011) Sesuatu yang dapat dirasakan oleh 5 panca indra manusia.</p>	Keunikan dan keindahan bangunan.	Ordinal	1
		Kualitas <i>welcome drink</i> (susu murni).	Ordinal	2
		Menikmati pemandangan alam sekitar.	Ordinal	3
		Kenyamanan aroma/wewangian disekitar.	Ordinal	4
		Kesejukan udara.	Ordinal	5
	<p><i>Emotional experience</i> (Yang dan He, 2011) Merupakan suasana hati dan emosi, dapat menghasilkan pengalaman yang efektif dan tingkatan suasana hati.</p>	Rasa senang ketika berada disana.	Ordinal	1
		Rasa aman ketika menggunakan aktivitas.	Ordinal	2
		Rasa nyaman ketika menggunakan fasilitas.	Ordinal	3
	<p><i>Social experince</i> (Yang dan He, 2011) Merupakan hubungan dengan orang lain, masyarakat dan diciptakan dari setiap individu.</p>	Karyawan yang interaktif kepada wisatawan.	Ordinal	1
		Aktivitas wisatawa memberikan peluang untuk berinteraksi satu dengan lainnya.	Ordinal	2

**Tabel 2.3**  
**Operasional Variabel (Y)**

<i>Variabel</i>	<i>Sub Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Skala</i>	<i>No. Item</i>
<p><i>Revisit Intention</i></p> <p><i>Dapat diukur melalui indikator yaitu "i will recommended this airline to a friend" and "i will fly this airline again in the future." Dari pernyataan tersebut menjadikan bahwa pengalaman konsumen akan merekomendasikan suatu produk kepada orang lain atau konsumen tersebut akan membeli produk itu kembali. (Zeithmal, Berry, dan Parasuraman, 1996).</i></p>	<i>Repeat</i>	<i>Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Farmhouse Lembang.</i>	<i>Ordinal</i>	<i>1</i>
		<i>Tingkat keingintahuan untuk mengeksplorasi daya tarik wisata di Farmhouse Lembang.</i>	<i>Ordinal</i>	<i>2</i>
	<i>Recommended</i>	<i>Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Farmhouse Lembang kepada orang lain.</i>	<i>Ordinal</i>	<i>1</i>
		<i>Tingkat kesediaan untuk membicarakan halhal positif tentang Farmhouse Lembang kepada orang lain.</i>	<i>Ordinal</i>	<i>2</i>

*Sumber : olahan peneliti 2018*

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2012). Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dari studi literatur, website, serta data dari Farmhouse Lembang. Alat yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah kuesioner. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan prosedur yaitu responden diberi kuesioner setelah responden mengisi kuesioner jawaban tersebut diketahui, diolah, dianalisa, dan dikumpulkan.

Muhamad Akbar Firdaus, 2019

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI FARMHOUSE LEMBANG**

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

Untuk mempermudah menjawab kuesioner penelitian ini, dimana jawabannya merupakan bentuk pendapat atas pernyataan diberi nilai dengan skala likert untuk jawabannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Sarwono, 2006). Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Selain itu instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Dalam penelitian ini menggunakan bentuk *checklist*. Setelah mendapatkan hasil data kuesioner dari responden berdasarkan sampel penelitian maka dilakukanlah tahap selanjutnya yaitu memeriksa kembali kelengkapan jawaban angket responden yang sudah terkumpul, menerjemahkan hasil pernyataan responden ke dalam skor yang telah ditentukan, kemudian selanjutnya data tersebut digunakan sebagai bahan untuk melakukan uji validitas dan realibilitas. Selain itu karena skala likert adalah data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana membutuhkan data interval. Maka perlu mengkonversikan data ordinal menjadi interval adalah *Method Successive Interval* (MSI). Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk melancarkan kegiatan penelitian ini dan dapat secara sistematis dalam data yang dihasilkan. Instrumen dalam penelitian ini berupa pedoman kuisisioner atau angket yaitu merupakan daftar pertanyaan yang dapat mewakili pendapat responden.

### 3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam mengumpulkan data yang benar harus mempunyai kebenaran data agar validitasnya dapat terbukti. Maka dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Jadi jika peneliti memerlukan data fasilitas aktivitas dari lokasi yang menjadi objek penelitian, maka peneliti harus mengumpulkan data berdasarkan hasil pencariannya di lokasi penelitian secara langsung (Umar, 2003).

Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

##### a. Observasi lapangan

Observasi lapangan adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang menjadi objek penelitian. Fokus dalam penelitian ini adalah Farmhouse Lembang.

b. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden untuk diisi sendiri oleh responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang datang ke Farmhouse dengan cara menyebarkan 100 kuesioner menggunakan aplikasi *google form*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Jadi data tersebut bukanlah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan data yang sudah di peroleh oleh peneliti lain atau dari berbagai sumber lain seperti studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. (Sugiyono, 2011)

**Tabel 3.3**

**Jenis dan Sumber Data**

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah Wisatawan Yang Mengunjungi Farmhouse Lembang pada tahun 2016	Sekunder	Pengelola Farmhouse Lembang
2.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>customer experience</i> dan <i>revisit intention</i>	Sekunder	<i>E-book</i> dan Jurnal
3.	Tanggapan pengunjung mengenai <i>customer experience</i> dan <i>revisit intention</i> di Farmhouse Lembang	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang
4.	Tanggapan pengunjung mengenai Fasilitas yang	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang

	dimiliki oleh Farmhouse Lembang		
--	------------------------------------	--	--

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

### 3.6 Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut (Arikunto, 2010) yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek 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 distribusi X

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

n = Banyaknya responden

Dimana :

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Kriteria uji jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data dinyatakan valid. Dimana skor r tabel yang dianggap menjadi syarat minimum adalah jika  $r = 0,361$ . Setelah instrument dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.5**

**Tabel Koefisien Korelasi nilai r**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat

0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan dengan  $dk = k-n-2$  dan taraf signifikansi  $= 0,05$
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $k-n (30-3= 27)$ , maka didapatkan nilai sebesar 0,367.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistic Product for Service Solution) 24 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistic Product for Service Solution) 24 for windows*, maka diperoleh hasil pengujian validitas item-item dari sebanyak 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Pengujian Validitas *Customer Experience* dan *Revisit Intention***

No.	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
<b><i>CUSTOMER EXPERIENCE</i></b>				
<b><i>Sensory Experience</i></b>				
1	Keunikan dan keindahan bangunan.	0,443	0,367	Valid
2	Kualitas <i>welcome drink</i> (susu murni).	0,496	0,367	Valid
3	Menikmati pemandangan alam sekitar.	0,689	0,367	Valid
4	Kenyamanan aroma/wewangian disekitar.	0,630	0,367	Valid
5	Kesejukan udara.	0,538	0,367	Valid
<b><i>Emotional Experience</i></b>				
6	Rasa senang ketika berada disana.	0,717	0,367	Valid
7	Rasa aman ketika menggunakan aktivitas.	0,479	0,367	Valid
8	Rasa nyaman ketika menggunakan fasilitas.	0,614	0,367	Valid
<b><i>Social Experience</i></b>				
9	Karyawan yang interaktif kepada wisatawan.	0,634	0,367	Valid
10	Aktivitas wisatawan memberikan peluang untuk berinteraksi satu dengan lainnya.	0,624	0,367	Valid
<b><i>REVISIT INTENTION</i></b>				
<b><i>Repeat</i></b>				

Muhamad Akbar Firdaus, 2019

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI *FARMHOUSE LEMBANG***  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

11	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Farmhouse Lembang.	0,826	0,367	Valid
12	Tingkat keingintahuan untuk mengeksplorasi daya tarik wisata di Farmhouse Lembang.	0,806	0,367	Valid
<b>Recommended</b>				
13	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Farmhouse Lembang kepada orang lain.	0,779	0,367	Valid
14	Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal-hal positif tentang Farmhouse Lembang kepada orang lain.	0,705	0,367	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Data pada tabel 3.6 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai *customer experience* dan *revisit intention* yang diperoleh dari sebanyak 30 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang. Hasilnya, pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa setiap item pernyataan valid karena nilai lebih besar dibandingkan dengan sebesar 0,367.

Menurut Sugiyono (2010), reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecahkan menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dan apabila instrument sudah dapat dipercaya maka akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus alpha atau cronbach's alpha ( $\alpha$ ), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 dan rumus alpha atau cronbach's alpha ( $\alpha$ ) dapat dilihat sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Umar, 2010)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sigma^2$  = Varian total  
 $\sum \sigma^2 b$  = Jumlah varian butir pertanyaan

Untuk mengetahui jumlah varian butir pertanyaan menggunakan rumus :

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

(Umar, 2010)

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$\sigma$  = Jumlah varian

$x$  = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari butir-butir pertanyaan).

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Robert M. Kaplan (1993, hlm. 126) mengemukakan bahwa kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70. Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Kurang dari 0,20 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan  
 0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)  
 0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat  
 0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)  
 0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat  
 1,00 : Hubungan yang sempurna

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24 for windows* yang diuji secara bersama-sama pada tiap

variabelnya. Diketahui bahwa semua variable reliable. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach alpha* > 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrument penelitian:

**Tabel 3.7**

**Hasil Uji Realibilitas *Cronbach Alpha***

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien (Cronbach Alpha)	Keterangan
1	Customer experience	0,826	0,70	Reliabel
2	Revisit Intention	0,871	0,70	Reliabel

*Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2018*

Berdasarkan Tabel 3.7, hasil pengolahan data kuisisioner diatas, pengukuran reliabilitas untuk variabel *customer experience* dan *revisit intention* dinyatakan reliable karena skor *cronbach alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisiennya yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *revisit intention* dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,871 sedangkan variabel *customer experience* memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,826.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2011) yang menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada penelitian ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Farmhouse Lembang dan analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah :

- a. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai *customer experience* di Farmhouse Lembang.
- b. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai *revisit intention* di Farmhouse Lembang.

#### 3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Menurut Hartono (2008), analisis linier sederhana adalah salah satu analisis peramalan nilai variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y). Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Dalam penelitian kali ini

variabel bebas (X) yaitu *customer experience* di Farmhouse Lembang sedangkan variabel terkait (Y) yaitu *revisit intention*.

**a. Metode MSI (*Method Success Interval*)**

Menurut Jonathan Sarwono (2012, hlm. 250), metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Dalam contoh dibawah ini, misalnya :

- 1) Angka 1 mewakili “sangat rendah”
- 2) Angka 2 mewakili “rendah”
- 3) Angka 3 mewakili “netral”
- 4) Angka 4 mewakili “tinggi”
- 5) Angka 5 mewakili “sangat tinggi”

Penelitian ini menggunakan skala ordial seperti yang dijelaskan di oprasional variabel, oleh karena itu harus diubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordial yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Harun Al-Rasyid (1994) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi ( $\rho$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- 5) Menentukan nilai interval rata – rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

*Scale Value*

$$= \frac{(\text{Decinty At Lower Limit}) - (\text{Decinty At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

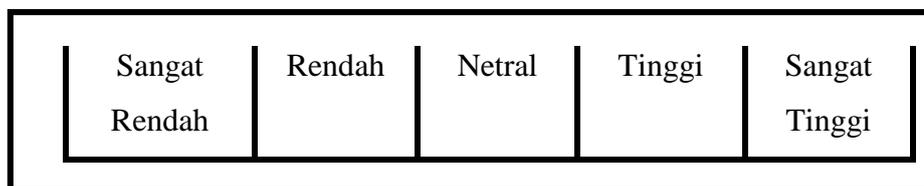
#### **b. Garis Kontinum**

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana hasil dari skala likert merupakan data ordinal. Menurut Hasan (2009) data ordinal merupakan data yang berasal dari objek atau kategori yang disusun menurut besarnya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya, dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama.

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana hasil dari Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah interval untuk menentukan sangat baik, baik, cukup baik, buruk, atau sangat buruk dari suatu variabel. Berikut merupakan gambar garis kontinum:



**Gambar 3.3** Garis Kontinum

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2018)

### 3.8 Uji Asumsi Regresi

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Salah satu syarat utama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkap oleh Triton (2005) yang menyatakan bahwa sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0.05. dan jika lebih kecil dari 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov– Smirnov. Uji Kolmogorov – Smirnov berdasar pada kriteria adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal

#### 3.8.2 Uji Linearitas

Asumsi linieritas menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linear, Santosa dan Ashari (2005) menyatakan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen harus saling linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah :

- a) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- b) Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y tidak Linear.

#### 1.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas, untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Model regresi yang baik adalah jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homogen atau homoskedastisitas. Karena jika homogen maka data sesuai dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini. Suatu regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk suatu pola.

### 1.8.4 Uji Regresi *Linier Sederhana*

Menurut Gujarati (2003) dalam Ghazali (2013) analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Sedangkan Menurut Ridwan dan Akdon (2010) regresi linier sederhana atau peramalan adalah salah satu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Kegunaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (X) Customer Experience dan adapun variabel bebas dalam penelitian ini (Y) Revisit Intention ke Farmhouse Lembang.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas, sedangkan data yang akan dianalisis dengan regresi merupakan data kuantitatif, bentuk umum dari persamaan regresi linier sederhana, variabel bebas ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y : Variabel Kepuasan Berkunjung
- X : Variabel fasilitas
- a : Nilai Y bila X = 0 (harga konstanta)
- b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka pada peningkatan atau pun penurunan variabel dependen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan

### 3.8.6 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variabel *customer experience* (X) terhadap variabel *revisit intention* (Y) dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

$r$  = Koefisien korelasi

Dimana apabila :

$Kd = 0$ , Berarti pengaruh variabel  $x$  terhadap variabel  $y$ , lemah.

$Kd = 1$ , Berarti pengaruh variabel  $x$  terhadap variabel  $y$ , kuat.

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada table 3.5 dibawah ini :

**Tabel 3.8**  
**Pedoman Koefisien Determinasi**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0 – 0,25	Sangat Lemah
0,25 – 0,5	Cukup
0,5 – 0,75	Kuat
> 0,75 – 0,99	Sangat Kuat
1	Sempurna

(Sumber : Sarwono, 2012)

### 3.8.7 Uji Hipotesis

Hipotesis menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2007), hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus di uji secara empiris. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel  $X$  dan  $Y$  dilakukan dengan membandingkan  $t$  hitung dan  $t$  tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*, yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(n-2)}}$$

Keterangan :

$t$  = Distribusi student

$r$  = Koefisien korelasi

Muhamad Akbar Firdaus, 2019

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI FARMHOUSE LEMBANG  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$n$  = Banyaknya data

Kriteria mengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

a) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima