

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh *experience value* terhadap *revisit intention*. Menurut (Sugiyono, 2018) “variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Sedangkan variabel *dependent* menurut (Sugiyono, 2018) merupakan “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent* variabel) atau disebut juga variabel eksogen adalah *experience value* dengan dimensi *functional value* (X1), *value for money* (X2), *emotional value* (X3), *social value* (X4), dan *novelty value* (X5). Selanjutnya, yang menjadi *dependent* variabel atau variabel terikat (variabel Y) yaitu *revisit intention* (Y) yang terdiri dari *intention to revisit* dan *intention to recommend*.

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan variabel *experience value* dan *revisit intention* pada tamu individu yang menginap di Padma Hotel Bandung, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *experience value* terhadap *revisit intention* di Padma Hotel Bandung.

Berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yakni mulai dari bulan Mei hingga Desember, sehingga metode yang digunakan adalah *cross-sectional method*. *Cross-sectional method* adalah metode mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu dan tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sekaran, 2016). Pada penelitian dengan penggunaan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penentuan jenis penelitian dan metode yang digunakan harus dilakukan pada setiap penelitian, agar tujuan dari penelitian tersebut dapat diketahui dan dicapai. Penelitian dapat berupa deskriptif dan pengujian hipotesis (Sekaran, 2016). Adapun jenis penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memastikan dan mampu menggambarkan karakteristik dari variabel dalam sebuah situasi (Sekaran, 2016). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *experience value* terhadap *revisit intention* pada tamu yang menginap di Padma Hotel Bandung.

Sementara itu, pengujian hipotesis dilakukan dengan mengumpulkan data di lapangan (Sekaran, 2016). Penelitian dengan pengujian hipotesis menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau membentuk perbedaan antar kelompok dua faktor atau lebih dalam sebuah situasi. Adapun hubungan yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh *experience value* terhadap *revisit intention* pada tamu yang menginap di Padma Hotel Bandung. Maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Sekaran, 2016).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *experience value* sebagai *independent variabel* (X) yang memiliki lima dimensi yaitu *functional value*, *value for money*, *emotional value*, *social value*, dan *novelty value*. Sementara untuk *dependent variabel* (Y) yaitu *revisit intention* yang memiliki dua faktor utama yaitu *intention to revisit* dan *intention to recommend*. Variabel yang diteliti dalam

penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci dalam Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Experience Value (X)</i>	<i>Experience value</i> didefinisikan sebagai nilai pengalaman pelanggan melalui keterlibatan bersama dan manfaat yang diperoleh dari suatu tempat (Amoah et al., 2016).				
<i>Functional Value (X₁)</i>	Nilai yang dirasakan tamu melalui penampilan, fisik dan kinerja penyedia jasa.	Konsistensi kualitas yang diberikan	Nilai kualitas kamar yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	1
			Nilai kualitas <i>breakfast</i> dan <i>afternoon tea</i> yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	2
			Nilai fasilitas (<i>outdoor infinity pool, jaccuzi, gym, restaurant, dan sebagainya</i>) yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	3
			Performa layanan yang diberikan	Nilai performa layanan (<i>receptionist, cleaning service, security guard, dan sebagainya</i>) yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>
<i>Value for Money (X₂)</i>	Nilai yang dirasakan atau didapatkan tamu harus setimpal dengan nilai uang yang dibayarkan.	Harga yang diberikan dapat diterima tamu	Tingkat kesesuaian harga yang dibayar tamu dengan kualitas kamar Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	5
			Tingkat kesesuaian harga yang dibayar tamu dengan performa layanan Padma Hotel Bandung (<i>receptionist, cleaning service, security guard, dan sebagainya</i>)	<i>Interval</i>	6

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Harga yang diberikan setimpal dengan nilai yang diterima	Tingkat kesesuaian harga dengan fasilitas Padma Hotel Bandung (<i>outdoor infinity pool, jacuzzi, gym, restaurant, dan sebagainya</i>)	<i>Interval</i>	7
			Tingkat kesediaan tamu akan harga yang harus dibayarkan selama menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	8
Emotional Value (X₃)	Kemampuan produk atau jasa dalam mempengaruhi keadaan perasaan dan emosi pelanggan/tamu.	Perasaan bangga	Tingkat kebanggaan tamu menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	9
		Perasaan senang	Tingkat perasaan senang tamu saat menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	10
Social Value (X₄)	Nilai sosial serta pengakuan yang tamu peroleh dengan mengunjungi suatu tempat.	Interaksi dengan tamu	Tingkat interaksi tamu dengan tamu lain	<i>Interval</i>	11
			Tingkat interaksi karyawan Padma Hotel Bandung dengan tamu	<i>Interval</i>	12
		Karyawan membuat kesan yang baik	Tingkat partisipasi karyawan Padma Hotel Bandung untuk membuat kesan yang baik di mata tamu	<i>Interval</i>	13
		Tamu dapat membuat orang lain terkesan	Tingkat keinginan tamu untuk membuat orang lain terkesan dengan menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	14

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
<i>Novelty Value (X₅)</i>	Kemampuan produk atau jasa dalam membangkitkan rasa ingin tahu, memberikan pengalaman yang unik, dan memberikan pengetahuan yang baru.	Kepuasan atas rasa keingintahuan	Tingkat kepuasan tamu akan keingintahuannya mengenai Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	15	
			Tingkat pengalaman tamu menginap di Padma Hotel Bandung yang memiliki <i>view</i> perbukitan dan berada dibawah permukaan tanah	<i>Interval</i>	16	
			Tingkat pengalaman tamu melakukan aktifitas <i>outdoor (trekking, flying fox, mini zoo)</i> di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	17	
			Bersifat mendidik	Tingkat pengalaman tamu menyantap menu makanan khas Padma Hotel Bandung (<i>Sop Buntut Padma, Bebek Goreng Kecombrang, Padma Transformed Seafood</i> , dan lain-lain)	<i>Interval</i>	18
			Tingkat pengalaman tamu menikmati fasilitas <i>outdoor infinity pool</i> dan <i>jacuzzi</i>	<i>Interval</i>	19	
			Tingkat pengalaman tamu memasuki <i>lobby</i> Padma Hotel Bandung yang berada dilantai paling atas	<i>Interval</i>	20	
<i>Revisit Intention (Y)</i>	<i>Revisit intention</i> didefinisikan sebagai keinginan atau kesediaan wisatawan untuk mengunjungi kembali tujuan yang sama yang berfungsi sebagai indikator kuat untuk menentukan perilaku pelanggan di masa depan (Park et al., 2019)					

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<i>Intention to revisit</i>	Tingkat niat/keinginan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	21
			Tingkat kemauan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	22
			Tingkat keyakinan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	23
		<i>Intention to recommend</i>	Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Padma Hotel Bandung kepada keluarga dan orang terdekat	<i>Interval</i>	24
			Tingkat kesediaan tamu untuk mengajak keluarga dan orang terdekat menginap di Padma Hotel Bandung	<i>Interval</i>	25
			Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Padma Hotel Bandung sebagai tujuan utama menginap	<i>Interval</i>	26

Sumber: Modifikasi dari berbagai sumber, 2019

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2016). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada tamu yang menginap di Padma Hotel Bandung. Sementara itu, data

sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada (Sekaran, 2016).

Untuk penjelasan lebih rinci, dijelaskan dalam Tabel 3.2 mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah hotel berbintang di Kota Bandung 2015-2018	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat
2.	Tingkat hunian kamar Padma Hotel Bandung 2016-2018	Sekunder	<i>Front office department</i> Padma Hotel Bandung
3.	Tingkat hunian tamu individu Padma Hotel Bandung 2016-2018	Sekunder	<i>Front office department</i> Padma Hotel Bandung
4.	Tanggapan tamu mengenai <i>experience value</i> di Padma Hotel Bandung	Primer	Tamu individu yang menginap di Padma Hotel Bandung
5.	Tanggapan tamu mengenai <i>revisit intention</i> di Padma Hotel Bandung	Primer	Tamu individu yang menginap di Padma Hotel Bandung

Sumber: Hasil pengolahan data, 2019

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Mengumpulkan, menganalisa data dan menentukan populasi merupakan suatu langkah yang penting dalam sebuah penelitian. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin teliti (Sekaran, 2016). Penentuan populasi dimulai dengan penentuan mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian, yang disebut populasi yaitu sasaran yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Sehingga apabila dalam hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka kesimpulan penelitian tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi sasaran populasi penelitian pengaruh *experience value* terhadap *revisit intention* di Padma Hotel Bandung adalah tamu individu yang menginap di Padma Hotel Bandung tahun 2018 sebesar 14.493 tamu.

3.2.4.2 Sampel

Adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien. Menurut (Sugiyono, 2018), pengertian sampel adalah sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel juga merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan karena adanya ketidak-mungkinan peneliti untuk meneliti populasi khususnya populasi yang besar. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Semua yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya kan diberlakukan untuk populasi, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Adapun cara yang dilakukan untuk menghitung sampel menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m \text{ Atau}$$

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

N : ukuran sampel

m : jumlah variabel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel ada penelitian ini adalah:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 6$$

$$N \geq 110$$

Berdasarkan perhitungan tersebut menunjukkan bahwa ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 110 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, untuk mendapatkan sampel yang representatif, peneliti menggunakan teknik sampling *probability sampling* khususnya *systematic random sampling* yang berarti teknik memilih anggota populasi menggunakan proses acak, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang untuk terpilih sebagai sampel. Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah tamu individu yang menginap di Padma Hotel Bandung.
2. Menentukan sebuah tempat yang dijadikan *check point*, dalam penelitian ini kawasan *Adventure Park* di Padma Hotel Bandung merupakan *check point*.
3. Menentukan waktu yang digunakan untuk penentuan sampling, dalam penelitian ini pukul 10.00-13.00 WIB.
4. Melakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*.
5. Uji coba kuesioner pada responden.

1.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu kepada data yang diperlukan dalam penelitian dan dapat diperoleh. Kaitannya dalam hal tersebut, serta dengan melihat konsep analisis dari penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dapat melalui kombinasi secara langsung atau tidak langsung. (Sugiyono, 2018) mengungkapkan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Kuesioner, (Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pernyataan mengenai profil dan karakteristik responden, pengalaman, serta pertanyaan yang berkaitan dengan *experience value* dan *revisit intention* di Padma Hotel Bandung
2. Studi Kepustakaan, merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yaitu *experience value* dan *revisit intention*. Studi kepustakaan dilakukan peneliti dengan membaca literatur maupun sumber-sumber lainnya yang berkaitan dan relevan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur dalam penelitian ini didapat dari berbagai sumber seperti penelitian terdahulu, skripsi, thesis, jurnal, media cetak dan elektronik.

3. Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu Padma Hotel Bandung, khususnya mengenai *experience value* dan *revisit intention*.
4. Wawancara merupakan teknik komunikasi langsung dengan pihak yang diwawancarai dilakukan dengan berkomunikasi dengan pihak *Front office, Sales and Marketing* dan *Human Resources Department* Padma Hotel Bandung untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan penerapan strategi.

3.2.6. Hasil 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 *product innovation* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *purchase intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. (Arikunto, 2013) mengungkapkan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas yang rendah. Setelah data yang diperoleh dari kuisisioner, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut (Sugiyono, 2018) mengungkapkan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal (Sugiyono, 2018).

Berikut Rumus yang digunakan digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* 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, 2018)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah sampel

Σ = Kuadrat faktor variabel X

ΣX^2 = Kuadrat faktor variabel X

ΣY^2 = Kuadrat faktor variabel Y

ΣXY = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

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

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf sigifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. 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

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 for MacOS . Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25 for MacOS diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	r_{hitung}	Nilai Sig.	Keterangan
<i>Experience Value (X)</i>				
<i>Functional Value</i>				
1.	Nilai kualitas kamar yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	0,858	0,361	<i>Valid</i>
2.	Nilai kualitas <i>breakfast</i> dan <i>afternoon tea</i> yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	0,912	0,361	<i>Valid</i>

3.	Nilai fasilitas (<i>outdoor infinity pool, jacuzzi, gym, restaurant, dan sebagainya</i>) yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	0,899	0,361	<i>Valid</i>
----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	-------	--------------

No	Pertanyaan	<i>r</i> hitung	Nilai Sig.	Keterangan
4.	Nilai performa layanan (<i>receptionist, cleaning service, security guard, dan sebagainya</i>) yang dirasakan tamu selama menginap di Padma Hotel Bandung	0,889	0,361	<i>Valid</i>
<i>Value for Money</i>				
5.	Tingkat kesesuaian harga yang dibayar tamu dengan kualitas kamar Padma Hotel Bandung	0,929	0,361	<i>Valid</i>
6.	Tingkat kesesuaian harga yang dibayar tamu dengan performa layanan Padma Hotel Bandung (<i>receptionist, cleaning service, security guard, dan sebagainya</i>)	0,923	0,361	<i>Valid</i>
7.	Tingkat kesesuaian harga dengan fasilitas Padma Hotel Bandung (<i>outdoor infinity pool, jacuzzi, gym, restaurant, dan sebagainya</i>)	0,944	0,361	<i>Valid</i>
8.	Tingkat kesediaan tamu akan harga yang harus dibayarkan selama menginap di Padma Hotel Bandung	0,917	0,361	<i>Valid</i>
<i>Emotional Value</i>				
9.	Tingkat kebanggaan tamu menginap di Padma Hotel Bandung	0,946	0,361	<i>Valid</i>
10.	Tingkat perasaan senang tamu saat menginap di Padma Hotel Bandung	0,940	0,361	<i>Valid</i>
<i>Social Value</i>				
11.	Tingkat interaksi tamu dengan tamu lain	0,718	0,361	<i>Valid</i>
12.	Tingkat interaksi karyawan Padma Hotel Bandung dengan tamu	0,910	0,361	<i>Valid</i>
13.	Tingkat partisipasi karyawan Padma Hotel Bandung untuk membuat kesan yang baik di mata tamu	0,894	0,361	<i>Valid</i>
14.	Tingkat keinginan tamu untuk membuat orang lain terkesan	0,787	0,361	<i>Valid</i>

dengan menginap di Padma Hotel Bandung

<i>Novelty Value</i>				
No	Pertanyaan	<i>r_{hitung}</i>	Nilai Sig.	Keterangan
15.	Tingkat kepuasan tamu akan keingintahuannya mengenai Padma Hotel Bandung	0,834	0,361	<i>Valid</i>
16.	Tingkat pengalaman tamu menginap di Padma Hotel Bandung yang memiliki <i>view</i> perbukitan dan berada dibawah permukaan tanah	0,827	0,361	<i>Valid</i>
17.	Tingkat pengalaman tamu melakukan aktifitas <i>outdoor</i> (<i>trekking, flying fox, mini zoo</i>) di Padma Hotel Bandung	0,927	0,361	<i>Valid</i>
18.	Tingkat pengalaman tamu menyantap menu makanan khas Padma Hotel Bandung (<i>Sop Buntut Padma, Bebek Goreng Kecombrang, Padma Transformed Seafood</i> , dan lain-lain)	0,888	0,361	<i>Valid</i>
19.	Tingkat pengalaman tamu menikmati fasilitas <i>outdoor infinity pool</i> dan <i>jacuzzi</i>	0,851	0,361	<i>Valid</i>
20.	Tingkat pengalaman tamu memasuki <i>lobby</i> Padma Hotel Bandung yang berada dilantai paling atas	0,856	0,361	<i>Valid</i>
<i>Revisit Intention (Y)</i>				
<i>Intention to revisit</i>				
21.	Tingkat niat/keinginan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	0,966	0,361	<i>Valid</i>
22.	Tingkat kemauan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	0,970	0,361	<i>Valid</i>
23.	Tingkat keyakinan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung	0,935	0,361	<i>Valid</i>
<i>Intention to recommend</i>				
24.	Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Padma Hotel Bandung kepada keluarga dan orang terdekat	0,941	0,361	<i>Valid</i>
25.	Tingkat kesediaan tamu untuk mengajak keluarga dan orang	0,967	0,361	<i>Valid</i>

Muhammad Aldiansyah Zein, 2019

PENGARUH EXPERIENCE VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

terdekat menginap di Padma Hotel Bandung			
26. Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Padma Hotel Bandung sebagai tujuan utama menginap	0,922	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan Data, 2019 (Menggunakan SPSS 25 for MacOS)

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai signifikansi seperti yang tertera pada Tabel 3.3 hasil pengujian validitas. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel *experience value* (X) memiliki 20 item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada *emotional value* yaitu pada item pertanyaan “Tingkat kebanggaan tamu menginap di Padma Hotel Bandung” dengan nilai sebesar 0,946, kemudian nilai terendah terdapat pada *social value* pada item pertanyaan “Tingkat interaksi tamu dengan tamu lain” dengan nilai sebesar 0,718. Pada variabel *revisit intention* (Y), item pertanyaan “Tingkat kemauan tamu untuk menginap kembali di Padma Hotel Bandung” memiliki nilai tertinggi sebesar 0,970, dan item pertanyaan “Tingkat kesediaan tamu untuk merekomendasikan Padma Hotel Bandung sebagai tujuan utama menginap” memiliki nilai terendah sebesar 0,922.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten” (Sugiyono, 2018). Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2013).

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. Rumus *Cronbach Alpa* adalah sebagai berikut:

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

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai $\sum \sigma^2$ varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Keterangan :

n = jumlah sampel

σ^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika hasil perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* (α) $\geq 0,700$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
2. Jika hasil perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* (α) $\leq 0,700$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan reliabilitas instrument penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 for MacOS. Berdasarkan hasil perhitungan dengan diperoleh hasil pengujian reliabilitas seperti pada Tabel 3.4 berikut :

TABEL 3.4
HASIL UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	r_{hitung} (<i>Cornbach's Alpha</i>)	Koefisien (<i>Cornbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Experience Value</i>	0,978	0,700	Reliabel
2.	<i>Revisit Intention</i>	0,978	0,700	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data, 2019 (Menggunakan SPSS 25 for MacOS)

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dapat dinyatakan reliabel karena menghasilkan nilai hitung *Cronbach Alpha* lebih besar dibandingkan dengan nilai hitung hitung *Cronbach Alpha* yang bernilai 0,700. Kedua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* masing-masing sebesar 0,978.

3.2.7 Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian.

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu analisis deskriptif variabel X yaitu *experience value* dan variabel Y yaitu *revisit intention*. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap berikut ini :

1. Menyusun data, penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas diri responden hingga pengisian tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang diteliti.
2. Tabulasi data, tabulasi data yang dilakukan antara lain:
 - a. Memberikan skor pada setiap item,
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
 - c. Mengubah jenis data, dan
 - d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Setiap jawaban

dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

TABEL 3.7
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

Sumber: (Riduwan, 2013)

3. Menganalisis data, dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari teknik regresi berganda yang memungkinkan untuk memeriksa hubungan antar variabel (Sekaran, 2016). Dalam hal ini, analisis jalur (*path analysis*) adalah analisis multivariat untuk mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan, sebagai variabel terikat (Y) *revisit intention* terhadap variabel lainnya yang disebut variabel bebas (X) *experience value* yang terdiri dari *functional value*, *value for money*, *emotional value*, *social value*, dan *novelty value*. Proses *path analysis* akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Pengujian Asumsi Klasik

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

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*). Data berdistribusi normal apabila *asympt.sig* (signifikansi) $> 0,05$, sedangkan data berdistribusi tidak normal apabila *asympt.sig* (signifikansi) $< 0,05$.

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 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.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji 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 d_{tabel} pada $\alpha = 0,0$

e. 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 dan Y adalah linear. Sedangkan jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara X dan Y adalah tidak linear.

2. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang erat. Menurut (Sugiyono, 2018) korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi merupakan kerelas antara dua variabel yang tidak mempunyai hubungan sebab akibat, atau hubungan fungsional. Persamaan koefisien korelasi dinyatakan dalam rumus:

$$r = \frac{n(\sum xiyi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{\{n(\sum xi^2) - (\sum xi)^2\}\{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

r = koefisien korelasi ($-1 \leq r \leq +1$)

x = variabel bebas

y = variabel terikat

n = jumlah sampel

Adapun menurut (Sugiyono, 2018) untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

TABEL 3.7
BATAS-BATAS NILAI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 0,99	Sangat Kuat
1,00	Sempurna

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk presentase sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$ menggunakan rumus seperti dibawah ini:

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

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

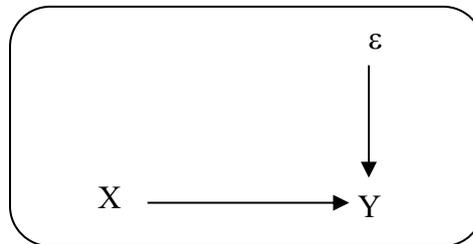
4. Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Alasan menggunakan *path analysis* adalah karena dengan

diagram jalur, hipotesis diterjemahkan sehingga tampak variabel apa yang merupakan variabel penyebab (*eksogenus*) dan variabel akibat (*endogenus*). Selain itu, *path analysis* bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Path analysis digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *independent X* yaitu *functional value* (X_1), *value for money* (X_2), *emotional value* (X_3), *social value* (X_4), *novelty value* (X_5), terhadap variabel *dependent Y* yaitu *revisit intention*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambarkan struktur hipotesis, seperti pada Gambar 3.1



GAMBAR 3.1
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

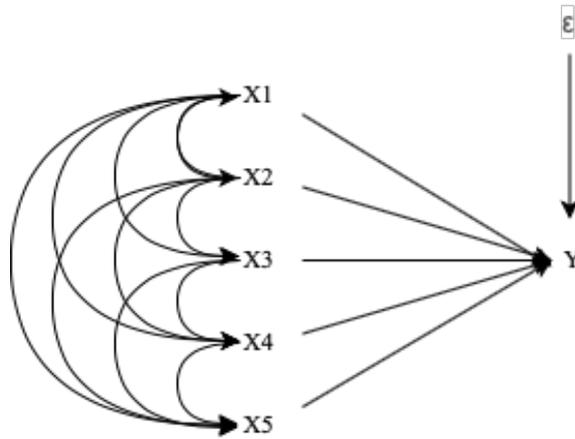
Keterangan:

$X = Experience Value$

$Y = Revisit Intention$

$\epsilon = Epsilon$ (variabel lain yang tidak diteliti)

Diagram hipotesis diatas diterjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, seperti dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X₁ = *Functional Value*

X₂ = *Value for Money*

X₃ = *Emotional Value*

X₄ = *Social Value*

X₅ = *Novelty Value*

Y = *Revisit Intention*

ε = *Epsilon (variabel lain)*

2. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} & r_{X_1X_4} & r_{X_1X_5} \\ & 1 & r_{X_2X_3} & r_{X_2X_4} & r_{X_2X_5} \\ & & & r_{X_3X_4} & r_{X_3X_5} \\ & & & 1 & r_{X_4X_5} \\ & & & & 1 \end{pmatrix}$$

3. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix}$$

$$R^2 =$$

4. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX1} \\ \rho_{YX2} \\ \rho_{YX3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ r_{YX1.2} \\ r_{YX1.3} \\ r_{YX1.4} \\ r_{YX1.5} \end{pmatrix}$$

5. Hitung $R^2 Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6) = \rho_{YX1}, \rho_{YX2}, \rho_{YX3}, \rho_{YX4}, \rho_{YX5}, \rho_{YX6} = \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ r_{YX1.2} \\ r_{YX1.3} \\ r_{YX1.4} \\ r_{YX1.5} \\ r_{YX1.6} \end{pmatrix}$$

Selanjutnya menghitung pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh langsung melalui (X_2)	$= \rho_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh langsung melalui (X_3)	$= \rho_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh langsung melalui (X_4)	$= \rho_{YX1} \cdot r_{X1X4} \cdot \rho_{YX4}$
Pengaruh langsung melalui (X_5)	$= \rho_{YX1} \cdot r_{X1X5} \cdot \rho_{YX5}$
Pengaruh langsung melalui (X_6)	$= \rho_{YX1} \cdot r_{X1X6} \cdot \rho_{YX6} +$
Pengaruh total X_1 terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh langsung melalui (X_1)	$= \rho_{YX2} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh langsung melalui (X_3)	$= \rho_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh langsung melalui (X_4)	$= \rho_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot \rho_{YX4}$
Pengaruh langsung melalui (X_5)	$= \rho_{YX2} \cdot r_{X2X5} \cdot \rho_{YX5}$
Pengaruh langsung melalui (X_6)	$= \rho_{YX2} \cdot r_{X2X6} \cdot \rho_{YX6} +$
Pengaruh total X_2 terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh X₃ terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh langsung melalui (X ₂)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X1} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh langsung melalui (X ₃)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh langsung melalui (X ₄)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X4} \cdot \rho_{YX4}$
Pengaruh langsung melalui (X ₅)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X5} \cdot \rho_{YX5}$
Pengaruh langsung melalui (X ₆)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X6} \cdot \rho_{YX6} +$
Pengaruh total X ₃ terhadap Y	=

Pengaruh X₄ terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX4} \cdot \rho_{YX4}$
Pengaruh langsung melalui (X ₂)	= $\rho_{YX4} \cdot r_{X1X1} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh langsung melalui (X ₃)	= $\rho_{YX4} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh langsung melalui (X ₄)	= $\rho_{YX4} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh langsung melalui (X ₅)	= $\rho_{YX4} \cdot r_{X1X5} \cdot \rho_{YX5}$
Pengaruh langsung melalui (X ₆)	= $\rho_{YX4} \cdot r_{X1X6} \cdot \rho_{YX6} +$
Pengaruh total X ₄ terhadap Y	=

Pengaruh X₅ terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX5} \cdot \rho_{YX5}$
Pengaruh langsung melalui (X ₂)	= $\rho_{YX5} \cdot r_{X1X1} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh langsung melalui (X ₃)	= $\rho_{YX5} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh langsung melalui (X ₄)	= $\rho_{YX5} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh langsung melalui (X ₅)	= $\rho_{YX5} \cdot r_{X1X4} \cdot \rho_{YX4}$
Pengaruh langsung melalui (X ₆)	= $\rho_{YX5} \cdot r_{X1X6} \cdot \rho_{YX6} +$
Pengaruh total X ₅ terhadap Y	=

Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6)}}$$

6. Keputusan penerimaan atau penolakan H₀

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 H₀ ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus: H₀ : PYX = 0 artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *experience value* yang terdiri dari *functional value, value for money, emotional value, social value* dan *novelty value* terhadap *revisit intention*.

$H_a : \rho_{YX} \neq 0$ artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara *experience value* yang terdiri dari *functional value*, *value for money*, *emotional value*, *social value* dan *novelty value* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan: R = Nilai Korelasi

k = jumlah variabel dependen

n = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *product innovation* berpengaruh terhadap *purchase intention*.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya *product innovation* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*.

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2016) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel terikat secara parsial. Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi

n = jumlah responden

r^2 = besarnya pengaruh

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

a. $H_0 : \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *functional value* terhadap *revisit intention*.

$H_a : \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *functional value* terhadap *revisit intention*.

Muhammad Aldiansyah Zein, 2019

PENGARUH EXPERIENCE VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

- b. Ho : $\rho_{YX_3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *value for money* terhadap *revisit intention*.
Ha : $\rho_{YX_3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *value for money* terhadap *revisit intention*.
- c. Ho : $\rho_{YX_4} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *emotional value* terhadap *revisit intention*.
Ha : $\rho_{YX_4} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *emotional value* terhadap *purchase intention*
- d. Ho : $\rho_{YX_5} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *social value* terhadap *revisit intention*.
Ha : $\rho_{YX_5} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *social value* terhadap *revisit intention*
- e. Ho : $\rho_{YX_5} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty value* terhadap *revisit intention*.
Ha : $\rho_{YX_5} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty value* terhadap *revisit intention*.