

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang akan menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah, objek penelitian yang akan dilakukan menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban atau solusi permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2014) Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang variabel tertentu.

Berdasarkan penjelasan diatas, yang akan dijadikan objek pada penelitian ini akan mengambil objek di Hotel Grand Aston Yogyakarta lebih tepatnya pada restoran Holycow *by chef* afit.

Subjek penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan suatu fakta atau pendapat seseorang. Sedangkan subjek penelitian merupakan sesuatu yang penting kedudukannya dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti mengumpulkan data (Arikunto, 2007). Subjek penelitian dapat berupa benda, orang. Pada umumnya, subjek penelitian manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia.

Berdasarkan penjelasan diatas, yang akan dijadikan subjek pada penelitian ini guna untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara jelas dan mendalam adalah konsumen Holycow.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung oleh peneliti, data tersebut bisa berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka pada instrumen penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2014).

Sekaran (2006) mengatakan data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok, internet juga bisa dijadikan sumber data primer jika kuesioner disebar melalui internet.

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung, dengan *menyebarkan* kuesioner fisik dan online melalui *google docs* kepada konsumen Holycow yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan non probability sampling. *non probability* sampling adalah teknik sampling dimana setiap responden yang telah memenuhi kriteria populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih oleh peneliti dijadikan sampel penelitian. Maholtra (2007) mengatakan teknik *non probability* sampling bergantung pada penelitian pribadi dari peneliti tersebut.

Dalam penelitian ini metode *non probability* sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik

pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, contohnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan pada restoran, maka sampel yang akan digunakan adalah orang yang ahli dalam makanan (Maholtra, 2007). Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat membuat penelitian yang dilakukan lebih efektif dan efisien dalam hal biaya dan waktu (Sekaran, 2006). Kuesioner akan disebarakan ke konsumen Holycow dengan syarat mereka telah berkunjung dan mengkonsumsi yang disajikan oleh Holycow. Syarat selanjutnya adalah konsumen yang berpendidikan minimal SMA, hal ini dikarenakan bahwa konsumen yang telah menempuh pendidikan tersebut memahami kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

D. Teknik Pengumpulan data

Dalam menjawab permasalahan penelitian yang spesifik, data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti (Maholtra, 2007). Penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan melakukan survey terhadap responden guna mendapatkan informasi dari responden (Maholtra, 2007). Untuk mendapatkan data primer, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 160 responden. Kuesioner diisi sendiri oleh responden selama pengisian kuesioner. Peneliti juga melakukan pengawasan pada responden yang mengisi kuesioner, hal ini dikarenakan jika responden memiliki pertanyaan mengenai kuesioner yang telah diisi tersebut.

Sebelum kuesioner disebarakan kepada responden dilakukan terlebih dahulu uji pendahuluan dengan tujuan untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya masalah dalam proses penelitian. Pada umumnya uji pendahuluan dilakukan dengan sampel kecil agar dapat mengevaluasi apabila terdapat masalah yang

mungkin muncul dalam proses pengisian kuesioner (Maholtra, 2007). Selain itu proses ini untuk melakukan uji pemahaman dari responden terhadap kata-kata dari pertanyaan, serta hal penting lainnya (Maholtra, 2007)

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Definisi Variabel

Menurut Sekaran (2006) variabel merupakan apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai yang ditunjukkan bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu variabel eksogen, intervening dan endogen.

a. Variabel Eksogen

Menurut Ghozali (2013) variabel eksogen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen ditandai sebagai variabel yang tidak ada kepala panah yang menuju kearahnya dari variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel eksogen meliputi :

- 1) Nilai Utilitarian (X1)
- 2) Nilai Hedonik (X2)

b. Variabel Intervening

Menurut Ghozali (2013) variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan

variabel endogen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Pada penelitian ini variabel intervening yang dimiliki adalah kepuasan konsumen (M)

c. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang menjadi perhatian bagi peneliti. Menurut Ghozali (2013) variabel endogen merupakan variabel yang nolainya di pengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain di dalam model. Pada penelitian ini variabel Endogen yang dimiliki adalah niat berperilaku (Y)

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sekaran (2006) variabel merupakan apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai yang ditunjukkan bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Sedangkan menurut Sugiyono (2014) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dalam hal ini definisi operasional menurut Sugiyono (2014) merupakan penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Pada konsepnya definisi operasional adalah menjelaskan dengan cara tertentu yang akan digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak. Bagi peneliti yang selanjutnya bisa juga dijadikan untuk melakukan replikasi pengukuran

dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

Berdasarkan penjelasan diatas maka definisi operasional mengenai pengaruh nilai hedonik dan nilai utilitarian terhadap kepuasan konsumen dan niat berperilaku konsumen pada industri restoran, akan dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi dan Pengukuran Variabel	Indikator
Nilai utilitarian	Nilai utilitarian adalah perilaku konsumen bila dilihat dari sudut pandang utilitarian digambarkan sebagai perilaku yang berkaitan dengan fungsi sebuah produk atau jasa yang berkaitan dengan tugas, dan pekerjaan. (Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soochong Jang, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan rasa nyaman 2. Praktis dan ekonomis 3. Harga yang dikeluarkan tidak sia-sia 4. Pelayanan tergolong cepat (Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soochong Jang, 2010)
Nilai hedonik	Nilai hedonik adalah nilai dari konsumen yang berasal dari aktivitas konsumsi yang dilakukan oleh konsumen yang didasari oleh adanya keinginan untuk hal-hal yang berkaitan dengan hiburan. (Arnolds dan Reynolds, 2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat perasaan baik 2. Perasaan menyenangkan dan nyaman 3. Pengalaman membuat rasa senang 4. Menemukan sensasi yang berbeda (gembira) 5. Memilih tempat yang lebih baik (Arnolds dan Reynolds, 2003)

Variabel	Definisi dan Pengukuran Variabel	Indikator
Kepuasan konsumen	<p>Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa konsumen yang tercipta setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap hasil atau manfaat suatu produk atau jasa dikonsumsi dengan harapan konsumen</p> <p>(Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soocheong Jang , 2010)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa senang 2. Merasa puas dengan layanan 3. Seluruhnya membuat mood baik. 4. Menikmati suasana (Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soocheong Jang , 2010)
Niat berperilaku	<p>Niat berperilaku adalah bagaimana konsumen akan berusaha mencoba untuk memperlihatkan perilakunya sebagai konsumen.</p> <p>(Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soocheong Jang ,2010)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersedia datang kembali 2. Bersedia untuk merekomendasi 3. Lebih sering datang (Kisang Ryu, Heesup Han, dan Soocheong Jang ,2010)

3. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan skala interval. Skala interval merupakan skala pengukuran yang menyatakan kategori, peringkat dan jarak konstruk. Skala ini digunakan untuk respon beragam item yang mengukur suatu interval bisa dihasilkan dengan skala lima atau tujuh point (Sekaran, 2006)

Variabel penelitian diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala interval yang memenuhi pernyataan dalam skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka

variabel yang akan diukur oleh peneliti akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan mendukung pertanyaan atau tidak mendukung pernyataan. Skor responden atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang akan diajukan untuk pernyataan adalah sebagai berikut :

- A. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)
- B. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- C. Skor 3 untuk jawaban biasa saja (BS)
- D. Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
- E. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)

F. Uji Kualitas Instrumen

Dalam penelitian ini kualitas data yang dihasilkan harus di uji terlebih dahulu kualitasnya. Menguji kualitas data penelitian dapat diuji dan dievaluasi melalui dua uji, yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu instrumen ataupun proses pengukuran yang diharapkan untuk mengetahui apakah pernyataan yang ada dalam kuesioner sudah sesuai dengan konsepnya (Ghozali, 2013). Suatu instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel

yang diteliti secara tepat. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan *product moment* dari pearson. Sebuah instrumen penelitian dikatakan valid apabila dari hasil uji diperoleh nilai korelasi antara butir dengan faktor positif dan signifikan pada tingkat 5% (Rahmawati, A, dkk, 2003).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji keandalan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bebas dari kesa lahan (Sekaran, 2006). Pada dasarnya uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur kuesioner yang akan diberikan oleh responden merupakan indikator yang mengukur variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini diuji dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 (Ghozali, 2013).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini merupakan upaya mengolah data yang telah diolah menjadi informasi, sehingga karakteristik data tersebut dengan mudah dapat dipahami untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis terlebih dahulu. Selanjutnya data ditabulasi menggunakan SPSS. Data yang diolah untuk mendapatkan informasi deskriptif dan pengujian hipotesis. Dalam menganalisis deskriptif menggunakan SPSS 21 dan untuk pengujian hipotesis menggunakan AMOS 18.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan informasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami. Berdasarkan informasi tersebut, dalam penelitian yang akan dilakukan, analisis deskriptif akan memberikan uraian mengenai karakteristik responden dan bagaimana responden menanggapi variabel yang ada dalam penelitian ini. Dalam tujuan ini merupakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang disampaikan kuesioner dan untuk mengetahui kecenderungan penilaian yang diberikan responden yang telah diberikan.

2. Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Structural Equation Modelling (SEM) merupakan salah satu dari berbagai macam analisis multivariant yang dapat menganalisis hubungan antar variabel secara kompleks, Dalam penelitian ini mempunyai tiga variabel, yaitu variabel nilai utilitarian dan nilai hedonik sebagai variabel independen, kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, dan niat berperilaku sebagai variabel dependen

Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Hal yang terpenting untuk menggunakan SEM adalah untuk membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur yang berdasarkan justifikasi teori yang diberikan. Pada dasarnya model persamaan structural terdiri dari dua bagian yaitu : (a) bagian pengukuran yang menghubungkan *observed* variable dengan *laten* variable lewat *confirmatory factor model* dan (b) bagian struktur yang menghubungkan antar *laten* variable lewat persamaan regresi simultan (Ghozali,

2013). Dalam menggunakan SEM memiliki beberapa langkah-langkah sebagai berikut :

a. Pengembangan Model Teoritis

Langkah pertama yang dilakukan dalam SEM adalah melakukan identifikasi secara teoritis terhadap permasalahan yang ada dalam penelitian. Topik dalam penelitian ditelaah dan hubungan antar variabel yang akan diuji hipotesisnya harus didukung oleh teori yang kuat. Hal tersebut dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah data observasi sesuai dengan teori atau tidak. SEM tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis kausalitas imajiner. Langkah ini mutlak harus dilakukan dan setiap hubungan yang akan digambarkan lebih lanjut harus mempunyai dukungan teori yang kuat.

b. Menyusun Diagram Jalur

Pada langkah selanjutnya adalah menggambarkan kerangka penelitian dalam sebuah diagram jalur atau sering disebut *path diagram*.

c. Mengkonversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran

Langkah yang ketiga adalah mengkonversikan diagram alur ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran. Dalam langkah ini secara otomatis dilakukan oleh program SEM yaitu AMOS. Persamaan yang dibangun terdiri dari 2 hal, yaitu :

- 1) Persamaan struktural (*structural equations*) yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan antar variabel
 - 2) Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*)
- d. Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan

Jenis Matrik input yang dimasukan adalah data input berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Data mentah observasi akan diubah secara otomatis oleh program menjadi matriks kovarian atau matrik korelasi.

- e. Menilai Identifikasi Masalah Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi masalah adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- 1) Adanya nilai standar *error* yang besar untuk satu atau lebih koefisien. Standar *error* yang diharapkan adalah relatif kecil, yaitu dibawah 0,4 dan standar error tidak boleh mempunyai nilai negatif
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya akan disajikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, contohnya sampel terlalu sedikit.

- 3) Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan *error variance* yang negatif. Jika ada nilai negatif maka sering disebut *Hollywood Case* dan model tidak boleh diinterpretasikan.
- 4) Munculnya nilai korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misal $>0,9$). Hal ini dapat menjadikan model tidak layak digunakan sebagai sarana untuk mengkonfirmasi suatu teori yang telah disusun.

f. Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Pada langkah ini kesesuaian model akan dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*. Dalam hal ini tindakan yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi SEM. Jika asumsi telah terpenuhi, maka model dapat diuji. Masing-masing dari *Goodness-of-Fit* dijelaskan dalam uraian berikut :

1) *Chi-Square Statistic*

Uji ini merupakan alat yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*. Alat ini juga merupakan alat uji statistik mengenai adanya perbedaan antara matriks kovarians populasi dengan matriks kovarian sampel. Jika *Chi-Square* semakin rendah maka model yang di uji semakin baik atau memuaskan. Model tersebut diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut of value* sebesar $p > 0,05$.

2) *Goodness-of-Fit* (GFI)

GFI (*goodness of fit index*) yaitu ukuran non-statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*) Ghozali (2011) . Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai di atas 90% sebagai ukuran good fit.

3) The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Root mean square error of approximation (RMSEA) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima (*good fit*). Sedangkan nilai lebih dari 0,1 dianggap tidak ada kecocokan model (*poor f. it*) Hasil uji RMSEA cocok untuk menguji model *confirmation* atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel besar.

4) CMIN/DF

Adalah nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom*, yang umumnya dilaporkan oleh peneliti sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit suatu model. Jika *chi-square* relatif $< 2,0$ adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data

5) AGFI.

Adjusted goodness-of-fit merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan ratio *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. AGFI Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$ dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model fit*), sedangkan nilai $>0,80$ menunjukkan nilai yang cukup (*adequate fit*)

6) TLI

Trucker-Lewis Index atau dikenal dengan nonnormed fit index (NNFI). Ukuran menggabungkan ukuran parsimony kedalam satu indek perbandingan antara model yang dibuat dan *null model*. Nilai TLI berkisar 0 sampai 1,0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$ mengindikasikan *good fit*, nilai TLI sebesar *0,80-0,90* mengindikasikan *marginal fit*, dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*

7) CFI

Comparative Fit Index (CFI). CFI juga merupakan indeks kesesuaian *incremental*. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik (*a very good fit*). Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh

kerumitan model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah $CFI > 0,90$ yang mengindikasikan *marginal fit*.

g. Interpretasi dan Modifikasi Model

Model yang baik mempunyai *Standardized Residual Variance* yang kecil. Angka 2,58 merupakan batas dari *standardized Residual variance* yang dapat digunakan, yang diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5% dan menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.