

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek Dan Subjek Penelitian**

##### **1. Objek penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah The House of Raminten JL Farida M.No 7 kota baru, Gondokusuman, Yogyakarta.

##### **2. Subjek Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *survey* dan tergolong penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian deksiptif dan merupakan studi empiris dimana hipotesis yang sudah dibuat diuji kebenarannya (*Hypothesis Testing*). Subjek penelitian pada penelitian ini ialah para pengunjung The House of Raminten JL Farida M. No 7 kota baru, Gondokusuman, Yogyakarta.

#### **B. Jenis Data**

Sumber data penelitian ini ialah data primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik dan menjawab permasalahan penelitian (Sekarang, 2011), dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh langsung dari jawaban responden mengenai daftar

pertanyaan (Kuesioner). Responden dalam penelitian ini ialah pengunjung The House of Raminten

### **C. Teknik Pengambilan Sample**

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*, yaitu menggunakan satu kriteria tertentu. Dalam hal ini sample yang diambil secara *purposive* berarti teknik pengambilan menentukan sendiri sample yang diambil karena ada pertimbangan tertentu dan pertimbangan tertentu ialah sebagai berikut :

1. Pernah mengunjungi Raminten setidaknya 2 kali ini untuk mengukur kesan dan loyalitas pelanggan untuk membeli ulang.
2. Usia 17 -50 tahun, karena pada usia itu seseorang telah dianggap dewasa, memiliki tanggung jawab terhadap dirinya sendiri, dan dianggap sudah dapat mengambil keputusan.

Jumlah sample ditetapkan dengan merujuk pada pendapat Santoso (2012), besarnya sample bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapatkan model yang cocok, dan disarankan ukuran sample yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat dilakukan estimasi interpretasi dengan SEM, sehingga dalam penelitian ini jumlah sample yang digunakan sebanyak 150 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti ialah memberikan kuesioner yang digunakan adalah *close ended* yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya oleh peneliti. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Penelitian ini dalam kuesionernya menggunakan skala *likert* dimana dalam skala *likert*, terdapat angka 1 sampai 5 yang menunjukkan skor dari setiap pertanyaan dalam kuesioner. Angka 1 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan, sedangkan angka 5 menunjukkan sangat setuju. Dalam skala *likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam Skala *likert* umumnya berisi lima tanggapan responden terhadap pertanyaan- pertanyaan yang diajukan peneliti dalam kuisone. Menurut Cooper and Schindler (2012) untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai sebagai berikut

#### **E. Definisi Operasional Variabel Dan Alat Ukur**

Definisi Variabel adalah segala sesuatu yang akan mengkaji objek atau faktor–faktor penelitian yang berperan dalam segala yang akan diteliti. Variabel-variabel yang berperan dalam penelitian ini, adalah :

## 1. Variabel Dependen/ Variabel Terikat

Variabel dependen yang dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu (variabel bebas), yang termasuk dalam variabel dependen dalam pilihan ini, adalah :

### a. *Customer Satisfaction* (Y1)

Variabel kepuasan konsumen merupakan tingkat keadaan perasaan yang merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan.

(Parasuraman et al, 1988 ) indikatornya adalah :

1. Secara keseluruhan, layanan restoran ini sesuai harapan saya
2. Restoran ini pelayanannya lebih baik dari pada yang lain.
3. Saya merasa puas dengan layanan restoran ini.
4. Saya akan senang dengan layanan restaurant ini

### b. *Customer Loyalty* (Y2)

Variabel Loyalitas konsumen merupakan komitmen terhadap suatu merek yang direfleksikan dalam bentuk perilaku membeli, membeli kembali, pembelian terus menerus dan merekomendasikan, dengan dimensi dan indikator layanan konsumen meliputi (Zeithaml A. Valerie,2003)

1. Pembelian kembali

Mempertimbangkan The House Of Raminten sebagai pilihan pertama anda untuk membeli.

2. Bersedia merekomendasikan kepada orang lain,
  - a. Mengatakan hal-hal positif tentang The House Of Raminten kepada orang lain.
  - b. Mengenalkan The House Of Raminten kepada orang lain yang sedang membutuhkan saran anda.
  - c. Akan tetap memilih The House of Raminten dari pada restoran lain
  - d. Membandingkan restoran lain dengan restoran ini, tetapi tetap pilihan saya tetap jatuh pada restoran tersebut
  - e. Saya akan mengunjungi restoran ini secara teratur

## 2. Variabel Independen/ Variabel bebas

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian adalah semua variabel dari *Experiential Marketing* dan kualitas pelayanan yang disimbolkan dengan (X), yaitu :

### a. *Experiential Marketing*

Variabel *Experiential Marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran yang berlangsung dari pengalaman konsumen berdasarkan dimensi Schmitt,(1999):

#### 1. *Sense*

*Sense* diukur dengan indikator (Schmitt,1999):

- a. konsep rumah makan yang menarik

- b. Rasa masakan yang sesuai dengan selera konsumen
- c. Tertarik dengan harga yang di tawarkan
- d. Live musik yang menyenangkan
- e. Rasa masakan yang sesuai dengan selera konsumen

## 2. *Feel*

Feel diukur dengan indikator :

- a. *A Stimulate trigger*/pemicu perangsang seperti suasana rumah makan yang membangkitkan selera.
- b. *Edification thinking* /pemikiran yaitu merasa nyaman dan ingin berlama-lama di restoran tersebut

## 3. *Think*

Think diukur dengan indikator :

- a. Terstimulasi secara intelektual saat makan di restoran tersebut
- b. Menu gizi yang sehat terkandung dalam makanan yang tersaji di rumah makan tersebut.
- c. Nyaman ketika berdiskusi di restoran tersebut.
- d. *Affected individuals*/dampak yang mengena diantaranya mendapatkan ide-ide baru saat makan di restoran tersebut.

#### 4. *Act*

Act diukur dengan indikator :

- a. Menu yang ada menentukan dan membentuk selera makan konsumen
- b. Adanya perubahan gaya hidup konsumen ketika makan di restoran tersebut atau *social recognition* (pengakuan sosial).

#### 5. *Relate*

Relate diukur dengan indikator :

- a. *Intrinsic emotion*/ emosi dalam diri, seperti dapat menunjukkan gaya hidup seperti menunjukkan identitas maupun kelas sosial.
- b. *Affection and emotion*/kasih sayang dan emosi seperti merasa akrab dan bisa berkawan dengan orang-orang yang sedang berkunjung di Restoran tersebut.

### **F. Pengujian Kualitas Instrumen Dan Data**

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur dan bukan mengukur yang lain. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*construct validity*) yang menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran cocok dengan teori yang mendasari desain tes. Dikatakan valid jika signifikan ( $\alpha$ ) < 5% atau < 0,05.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran realibilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian, pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal, dimana konsep ini menekankan pada konsistensi butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen. Menurut Sekaran (2011) indikator pertanyaan dikatakan reliabel dengan melihat korelasi *bivariate* pada output *cronbach alpha* pada kolom *correlated item-total* dan dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  pengujian validitas instrument diolah menggunakan program software IBM SPSS Statistik 20.

## G. Metode Analisis Data Dan Uji Hipotesis

### 1. Metode Analisis Data

Menurut Santoso (2012), analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkapkan fenomena sosial tertentu Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil. Teknik analisis yang digunakan



dalam penelitian ini adalah analisis *The Structural Analysis Modelling* (SEM) dengan software AMOS yang dioperasikan melalui program IBM SPSS AMOS 20.

## 2. Uji Hipotesis

Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan dan analisis persamaan structural dibagi menjadi 7 langkah, yaitu:

- a. Pengembangan model secara teoritis
- b. Menyusun diagram jalur (*path diagram*)
- c. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural
- d. Memilih matrik input untuk analisis data
- e. Menilai identifikasi model
- f. Evaluasi kriteria *Goodness Of Fit*
- g. Interpretasi dan modifikasi model

Berikut ini penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan:

- a. Langkah 1: Pengembangan model secara teoritis

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara

teoritis untuk mendukung analisis. Jadi hubungan antar variabel dalam model merupakan deduksi dari teori.

- b. Langkah 2 dan 3: mengembangkan diagram jalur (path diagram) dan mengubahnya menjadi persamaan struktural

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Ada dua hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural dengan menghubungkan antar konstruk laten endogen dan eksogen serta menyusun model pengukuran yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau *manifest*.

- c. Langkah 4: Memilih jenis matrik Input dan estimasi model yang diusulkan

Dalam SEM *input* data berupa matriks kovarians jika tujuan dari analisis adalah pengujian suatu model yang telah mendapatkan justifikasi teori, sehingga tidak dilakukan interpretasi terhadap besar kecilnya pengaruh kausalitas pada jalur-jalur yang ada di dalam model.

Teknik estimasi dilakukan dengan dua tahap, yaitu estimasi model pengukuran digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari konstruk- konstruk eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan tahap estimasi model persamaan struktural yang dilakukan melalui *full model* untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model ini.

d. Langkah 5: Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

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

- 1) Adanya nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien.
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi.
- 3) Nilai estimasi yang tidak mungkin *error variance* yang negatif.
- 4) Adanya nilai korelasi yang tinggi ( $> 0,90$ ) antar koefisien estimasi.

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat:

- 1) Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian.
- 2) Korelasi yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil.
- 3) Digunakannya pengaruh timbal balik antar konstruk (model *nonrecursive*) atau kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (*fix*) pada skala konstruk.

e. Langkah 6: Evaluasi *Goodness Of Fit*

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap kesesuaian model dan melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*, urutannya adalah sebagai berikut:

1) Normalitas data

2) *Outliers*

Uji kesesuaian dan statistik untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

1) *Likelihood Ratio Chi square statistic* ( $\chi^2$ ), Ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood ratio chi square* ( $\chi^2$ ). Tujuannya adalah untuk menghasilkan probabilitas ( $p$ ) dari tingkat signifikansi ( $q$ ). Semakin kecil nilai  $\chi^2$  semakin baik model itu, dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar  $p > 0,05$  atau  $p > 0,010$ .

2) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi square* yang menolak model dengan jumlah sampel besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model strategi dengan jumlah sampel besar.

3) GFI (*Goodness of Fit Index*), merupakan ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Nilai

yang tinggi (disarankan diatas 90%) dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”.

- 4) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau  $> 0.90$ .
- 5) CMIN/DF, Adalah nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom* sehingga disebut  $\chi^2$  relative. Nilai ratio ini  $< 2$  merupakan ukuran *Fit*.
- 6) TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan ukuran yang menggabungkan ukuran *persimary* kedalam indek komposisi antara *proposed model* dan *null model* dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0.
- 7) CFI (*Comparative Fit Index*), besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Rentang nilai sebesar 0-1, dimana semakin mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi.

*Measurement Model Fit* langkah berikutnya adalah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uni dimensionalitas dan reliabilitas dari konstruk dengan uji reliabilitas yang terdiri dari *Construct Reliability* dengan tingkat reliabilitas yang dapat diterima  $< 0.70$  dan *Variance extracted* yang dapat diterima  $> 0.50$ .

f. Langkah 7: Interpretasi dan modifikasi model

Tahap akhir adalah model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai *error* yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk dipasang indikator.