

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Restoran Yoshinoya

Restoran Yoshinoya pertama kali dibuka pada tahun 1899 oleh Eikichi Matsuda di Tokyo, Jepang. Yoshinoya menyajikan makanan lezat, terjangkau dan cepat dimana saat itu konsep seperti itu merupakan hal baru dalam budaya Jepang. Yoshinoya terkenal begitu cepat dengan konsep tersebut.

Setelah beberapa dekade Matsuda akhirnya menurunkan bisnis restoran Yoshinoya kepada anaknya, Mizuho, pada tahun 1958. Dengan modal tambahan satu juta yen, Mizuho mengembangkan restoran Yoshinoya dengan menjunjung komitmen Yoshinoya untuk murah, makanan dengan kualitas tinggi dan memperbanyak restoran di seluruh Jepang dan seluruh dunia. Sekarang, Yoshinoya memiliki lebih dari 1.400 lokasi dan dinikmati oleh jutaan orang di Jepang, Australia, Hong Kong, Cina Daratan, Malaysia, Singapura, Taiwan, Amerika Serikat dan Filipina.

Di Indonesia, sebelum muncul di Jakarta pada pertengahan 2010, restoran Yoshinoya sempat hadir sebelum krisis moneter dan telah buka di dua belas lokasi. Sekarang hingga awal tahun 2014, restoran Yoshinoya sudah hadir di dua puluh empat lokasi dan salah satunya yang berlokasi di Summarecon Mall Serpong.

Gambar 3.1 Restoran Yoshinoya SMS



Restoran Yoshinoya SMS yang berlokasi di *Food Court* SMS I di lantai 2 ini menyajikan makanan cepat saji dengan kualitas rasa dan mutu yang tinggi. Beberapa menu spesial yang menjadi andalannya yaitu *Original Beef Bowl*, *Veggie Beef Bowl*, *Teriyaki Chicken Bowl*, *Yakiniku Beef Bowl*, *Combo Bowl*, dan *Chicken Karage*.

Tentunya di tengah permintaan yang tinggi pada masyarakat Serpong, kualitas rasa makanan yang baik, dan manajemen restoran Yoshinoya SMS yang menyadari bahwa kepuasan pelanggan menjadi hal yang terpenting sehingga dapat menjadi alasan yang baik untuk meneliti restoran Yoshinoya SMS.

3.2 Pendekatan dan Desain Penelitian

Desain penelitian deskriptif akan menjadi desain yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Penelitian deskriptif merupakan desain penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan sesuatu meliputi karakteristik pasar maupun fungsi (Malhotra, 2012:104). Fungsi dari penelitian

deskriptif adalah untuk mencari penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi di pasar seperti mengetahui frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan yang terjadi atau membuat prediksi yang terjadi (Malhotra, 2012:104). Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dalam menganalisis data dan pengambilan informasi hanya dilakukan sekali. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan desain *cross sectional* dimana desain ini sering diberlakukan pada penelitian deskriptif (Malhotra, 2012:105).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Perolehan informasi dan data untuk penelitian diambil oleh peneliti melalui berbagai sumber. Terdapat dua jenis sumber data yang bisa digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sebuah data yang secara sengaja dicari oleh peneliti dengan tujuan untuk menyelesaikan penelitian tersebut (Malhotra, 2012:127). Biasanya pada pengumpulan data primer, dibutuhkan waktu yang cukup lama dan juga mengeluarkan biaya yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan pengumpulan data sekunder. Data primer dilakukan dengan menggunakan survei sesuai dengan konteks masalah penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti atau orang lain yang memiliki tujuan yang berbeda dengan penelitian utama yang sedang diteliti (Malhotra, 2012:128).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yaitu kuisisioner yang dibagikan oleh peneliti sendiri melalui *google docs* maupun kuisisioner langsung dan data sekunder meliputi data yang dicari melalui situs internet, data

statistik dari berbagai pihak yang terkait dan begitu juga melalui riset perpustakaan. Riset perpustakaan yang dimaksud yaitu dengan membaca jurnal, artikel dan literatur yang terkait sebagai penguat teori dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Target Populasi dan *Sampling Unit*

Penentuan target untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan menjadi hal yang perlu pada penelitian ini. Target populasi merupakan kumpulan dari elemen atau objek yang ditetapkan untuk dijadikan informasi yang dicari oleh peneliti (Malhotra, 2012:368). Pada penelitian ini, target populasi yang dibutuhkan mencakup masyarakat yang pernah makan di Restoran Yoshinoya SMS dalam 3 bulan terakhir. Unit sampel dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat baik wanita maupun pria berumur 17 tahun ke atas yang mengetahui Restoran Yoshinoya SMS.

Peneliti menggunakan *sampling frame* yaitu *member (follower)* dari akun sosial *twitter* Restoran Yoshinoya. Menurut Malhotra, *sampling frame* merupakan representasi dari elemen target populasi yang dapat menggunakan *list* atau data yang dapat membantu mengidentifikasi target populasinya (Malhotra, 2012:369).

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel

Pada proses pengambilan sampel ada dua teknik yaitu *Nonprobability sampling* dan *Probability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

convenience sampling dimana ini merupakan bagian dari teknik *sampling* pada *Nonprobability sampling*. Dalam *Nonprobability sampling* tidak semua orang memiliki kesempatan untuk dijadikan responden (Malhotra, 2012:371).

3.5 Studi Pendahuluan

Pendahuluan dari penelitian ini berdasarkan informasi perkembangan berbagai restoran *fast food* yang marak di Indonesia terutama perkembangan restoran *fast food* di daerah Jabodetabek kemudian dihubungkan dengan salah satu restoran *fast food* di Indonesia yaitu Yoshinoya SMS. Dalam studi pendahuluan ini, peneliti mengumpulkan beberapa data yang bersumber dari internet, artikel, literatur maupun buku-buku terkait.

3.6 Penyusunan Struktur Kuesioner

Dalam penelitian ini, data primer menjadi sumber data peneliti sebagai salah satu sumber informasi yang digunakan. Kuisisioner merupakan instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini. Penyusunan kuisisioner yang baik dan benar menjadi salah satu kunci sehingga menghasilkan *output* yang *valid* dan *reliable*.

Berikut ini merupakan struktur kuisisioner yang dibuat untuk kepentingan penelitian ini :

1. Kepala kuisisioner yang berisi judul/topik penelitian, identitas dari peneliti, nama Universitas dan alamatnya.

2. Tuliskan singkat yang penulis cantumkan yang berisi mengenai alasan kuisisioner ini dibuat serta ucapan terima kasih kepada para responden yang telah bersedia mengisi kuisisioner tersebut.
3. *Screening test*. Pertanyaan yang dicantumkan oleh peneliti untuk *screening* calon responden sehingga responden yang berhak mengisi adalah responden yang sesuai dengan kriteria peneliti. Pertanyaan *screening* ini terdiri dari 3 pertanyaan yaitu :
 - a. Apakah responden pernah diwawancarai/mengikuti/berpartisipasi atau menjadi responden dari sebuah penelitian
 - b. Apakah responden pernah makan di restoran Yoshinoya SMS selama 3 bulan terakhir
 - c. Seberapa sering responden mengunjungi (makan) di restoran Yoshinoya SMS.
4. Identitas responden, meliputi domisili, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, profesi dan berapa *budget* Anda untuk makan di restoran atau rumah makan dalam 1 bulan.
5. Kuisisioner yang terdiri dari 5 dimensi yang mewakili 1 variabel laten utama *Service Quality*, yaitu :
 - a. *Tangible* dengan 4 indikator pertanyaan
 - b. *Employee behavior* dengan 4 indikator pertanyaan
 - c. *Reliability* dengan 4 indikator pertanyaan
 - d. *Responsiveness* dengan 3 indikator pertanyaan
 - e. *Emphaty* dengan 3 indikator pertanyaan

Serta 4 variabel laten utama lainnya, yaitu:

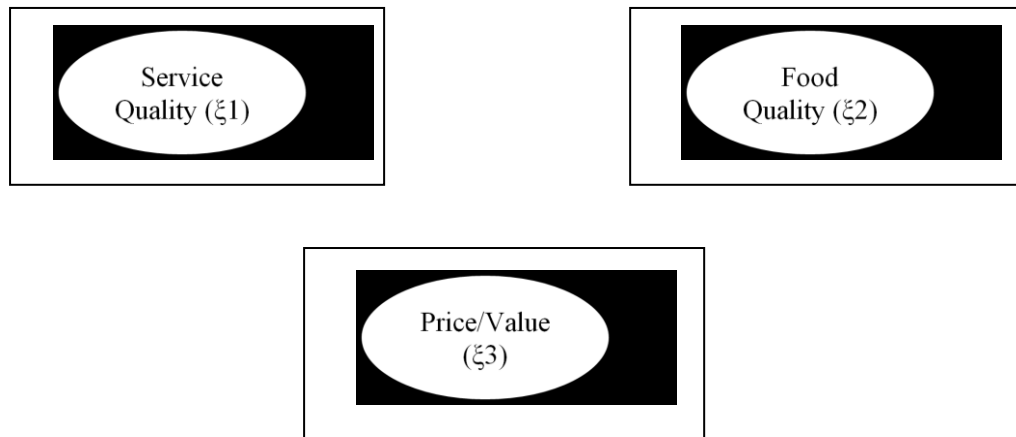
- a. *Food quality* dengan 4 indikator pertanyaan
- b. *Price/value* dengan 3 indikator pertanyaan
- c. *Customer satisfaction* dengan 3 indikator pertanyaan
- d. *Behavioral intention* dengan 5 indikator pertanyaan

3.7 Identifikasi Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Eksogen/ Independen

Variabel eksogen selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model (Wijanto, 2008:10). Menurut Malhotra, (2012:254), variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel lainnya dan dampak yang dihasilkannya dapat diukur. Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi variable endogen. Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan semua anak panah menuju keluar. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani ξ (“ksi”) (Wijanto, 2008:10). Dalam penelitian ini, maka yang menjadi variabel eksogen adalah *Service Quality (SQ)*, *Food Quality (FQ)*, dan *Prive/Value (PV)*. Berikut adalah gambar variabel eksogen:

Gambar 3.2 Variabel Eksogen

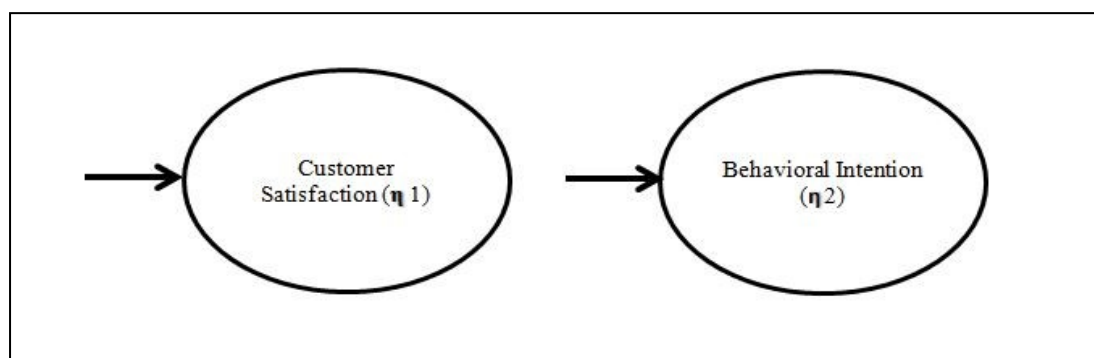


Sumber: Wijanto, 2008 : 11

3.7.2 Variabel Endogen/ Dependen

Variabel endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang dapat mengukur dampak yang dihasilkan oleh variabel independen (Malhotra, 2012:254). Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah huruf Yunani η (“eta”) (Wijanto, 2008:10). Dalam penelitian ini, maka variabel endogen adalah *Customer Satisfaction (CS)* dan *Behavioral Intention (BI)*. Berikut gambar variabel eksogen:

Gambar 3.3 Variabel Endogen

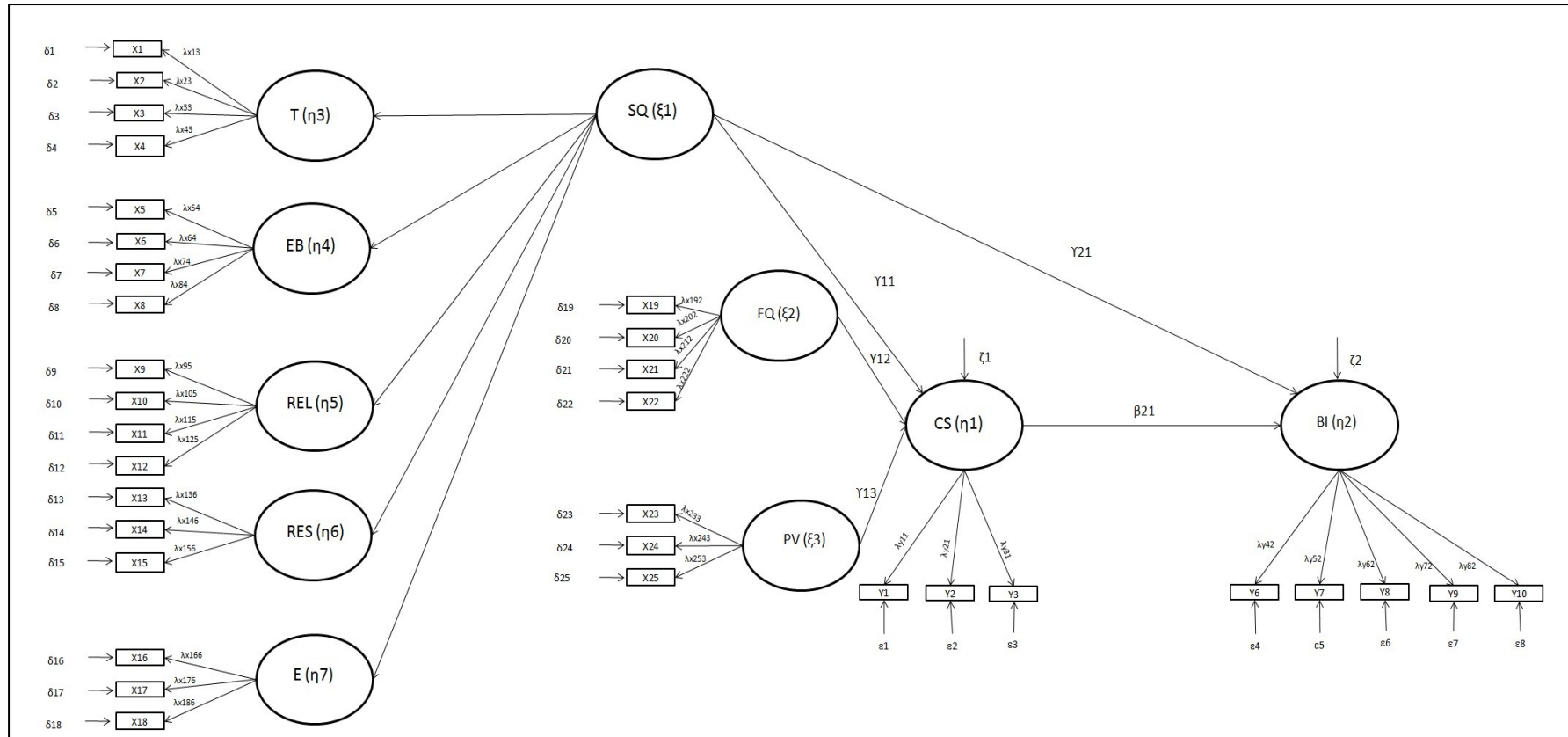


Sumber : Wijanto, 2008 : 11

3.7.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) merupakan variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut indikator. Setiap pertanyaan pada metode survei menggunakan kuisisioner mewakili sebuah variabel teramati. Variabel teramati yang berkaitan atau merupakan efek dari variabel laten eksogen (ξ) diberi notasi matematik dengan label X, sedangkan variabel yang berkaitan dengan variabel laten eksogen (η) diberi label Y. Simbol diagram lintasan dari variabel teramati adalah bujur sangkar atau kotak (Wijanto, 2008:11). Variabel teramati pada penelitian ini adalah 33 indikator yang mengukur variabel *service quality*, *food quality*, *price/value*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention*. Berikut merupakan bagan dari variabel teramati.

Gambar 3.4 Bagan variabel teramati



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

3.8 Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat untuk memudahkan dan mengarahkan penyusunan kuisisioner. Operasionalisasi variabel sangat penting untuk memperoleh data yang dapat menguji hipotesis penelitian dan melihat kecocokan model yang telah dibangun berdasarkan definisi konstruk dari model penelitian serta berbagai teori yang mendasarinya. Berikut adalah definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.1 Tabel Operasional

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala pengukuran
Latent	Indikator				
Tangibles	X1	Tampilan fisik seperti peralatan, penampilan karyawan, fasilitas gedung dan lainnya serta digunakan perusahaan untuk menaikkan <i>image</i> di mata konsumen (Parasuraman, 1988)	Saya merasa nyaman dengan desain interior restoran Yoshinoya SMS	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998; Kara et al., 1995	Skala Likert 1-5
	X2		Peletakan meja dan kursi di restoran Yoshinoya SMS rapi	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998; Kara et al., 1995	
	X3		Tersedianya tempat duduk yang memadai bagi <i>customer</i> Yoshinoya SMS	Cronin & Taylor, 1992; Kara et al., 1995	
	X4		Area restoran Yoshinoya SMS bersih	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998; Kara et al., 1995	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Employee behavior</i>	X1	Pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Parasuraman, 1988)	Karyawan restoran Yoshinoya SMS menggunakan kain penutup kepala	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	Skala Likert 1-5
	X2		Karyawan restoran Yoshinoya SMS ramah	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	
	X3		Karyawan restoran Yoshinoya SMS memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk yang ditawarkan	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	
	X4		Karyawan restoran Yoshinoya SMS dapat dipercaya (<i>trustworthy</i>)	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Reliability</i>	X1	Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal (Parasuraman, 1988)	Karyawan restoran Yoshinoya SMS memberikan pelayanan dengan cepat (kurang dari 15 menit)	Cronin & Taylor, 1992	Skala Likert 1-5
	X2		Karyawan restoran Yoshinoya SMS selalu siap membantu kesulitan konsumen	Cronin & Taylor, 1992	
	X3		Pencatatan transaksi (<i>billing</i>) dilakukan dengan tepat	Cronin & Taylor, 1992	
	X4		Karyawan restoran Yoshinoya SMS melayani pesanan sesuai waktu yang dijanjikan	Cronin & Taylor, 1992	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala Pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Responsiveness</i>	X1	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan tepat dan segera (Parasuraman, 1988)	Karyawan restoran Yoshinoya SMS memberi informasi mengenai waktu pesanan yang akan diantarkan	Cronin & Taylor, 1992	Skala Likert 1-5
	X2		Karyawan restoran Yoshinoya SMS bersedia untuk ditanya tentang produk restoran Yoshinoya	Cronin & Taylor, 1992	
	X3		Tidak lama bagi saya mengantri untuk dapat memesan di restoran Yoshinoya SMS		

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Emphaty</i>	X1	Perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting,	Karyawan restoran Yoshinoya menyapa <i>customer</i> saat berkunjung ke restoran Yoshinoya SMS	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	Skala Likert 1-5
	X2	dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Dimensi ini lebih kepada bagaimana	Karyawan restoran Yoshinoya SMS mengucapkan terima kasih kepada <i>customer</i>	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	
	X3	perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka unik dan istimewa. (Parasuraman, 1988)	Jam operasional restoran Yoshinoya SMS sudah baik yakni pukul 11.00-22.00 WIB	Cronin & Taylor, 1992; Johns & Howard, 1998	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Food quality</i>	X1	Salah satu dan hal paling penting dari tiga alasan utama seorang <i>customer</i> memilih kembali datang ke sebuah restoran selain <i>service</i> dan atmosfer (Mattila, 2001)	Saya yakin makanan di restoran Yoshinoya diolah dengan higienis (bersih)	Johns & Howard, 1998; Kivela et al., 1999	Skala Likert 1-5
	X2		Makanan di restoran Yoshinoya disajikan dengan menarik	Johns & Howard, 1998; Kivela et al., 1999	
	X3		Menu makanan restoran Yoshinoya bervariasi	Johns & Howard, 1998; Kivela et al., 1999	
	X4		Menu minuman restoran Yoshinoya bervariasi	Johns & Howard, 1998; Kivela et al., 1999	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala Pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Price/ Value</i>	X1	Atribut yang sangat penting dari <i>customer satisfaction</i> dan menjadi penentu untuk memprediksi kunjungan selanjutnya dari <i>customer</i> ke restoran Yoshinoya (Johns & Howard,1998 ; Soriano, 2002)	Harga makanan restoran Yoshinoya bersaing dengan restoran lainnya	Kim and Kim, 2004; Kara et al. 1995	Skala Likert 1-5
	X2		Harga minuman restoran Yoshinoya bersaing dengan restoran lainnya	Kim and Kim, 2004; Kara et al. 1995	
	X3		Harga makanan restoran Yoshinoya sesuai dengan yang disajikan	Kim and Kim, 2004; Kara et al. 1995	

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala Pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Customer satisfaction</i>	X1	Persepsi konsumen secara individu tentang kinerja produk atau jasa dari restoran Yoshinoya	Saya merasa telah membuat pilihan yang tepat untuk makan di restoran Yoshinoya	Prybutok & Hong, 2009	Skala Likert 1-5
	X2	dalam kaitannya dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap restoran Yoshinoya (Schiffman & Kanuk, 2010)	Saya menikmati pengalaman pelayanan ketika makan di restoran Yoshinoya	Prybutok & Hong, 2009	
	X3		Saya rasa makanan di restoran Yoshinoya memenuhi kebutuhan saya ketika saya merasa lapar		

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel		Definisi Operasional	Measurement	Referensi	Skala Pengukuran
Latent	Indikator				
<i>Behavioral intention</i>	X1	Sebuah kemungkinan untuk kembali ke restoran Yoshinoya dan serta merekomendasikan restoran Yoshinoya kepada keluarga, teman, dan orang lain di masa yang akan datang. <i>(Kisang et al, 2008)</i>	Saya akan merekomendasikan restoran Yoshinoya SMS kepada teman	Boulding et al, 1993; Keillor et al., 2004	Skala Likert 1-5
	X2		Saya akan mendorong orang lain untuk membeli makanan di restoran Yoshinoya SMS	Molinary et al., 2008	
	X3		Saya akan kembali ke restoran Yoshinoya SMS	Boulding et al, 1993; Keillor et al., 2004	
	X4		Mungkin saya akan memilih restoran Yoshinoya ketika ingin makan di	Prybutok & Hong, 2009	

			<i>food court</i> SMS		
	X5		Saya pasti akan mengunjungi restoran Yoshinoya di kemudian hari		

3.9 *Sampling Process*

3.9.1 Metode Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2012), penelitian deskriptif dapat dikumpulkan datanya dengan dua metode yaitu melalui teknik survei dan observasi. Pada teknik survei, peneliti menyusun kuisisioner terstruktur yang diberikan kepada responden yang bertujuan agar memperoleh informasi yang spesifik dari responden.

Pada saat survei, peneliti menyebarkan kuisisioner sebanyak 225 buah melalui bantuan internet yaitu *Google Docs* ditambah dengan penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden.

3.9.2 Prosedur Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, ada beberapa prosedur yang dilewati oleh peneliti, yaitu :

1. Mencari responden yang dirasa sesuai sehingga dapat mengisi kuisisioner dengan benar.
2. Meminta bantuan responden untuk mengisi kuisisioner tersebut.
3. Memberikan kuisisioner atau link kuisisioner kepada target sampel yang sesuai.

3.10 Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan guna membuktikan hipotesis yang diajukan, peneliti mengolah data yang diperoleh dengan

menggunakan *Software Amos 22* untuk analisa deskriptif dan uji instrumental menguji kecocokan model dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

3.10.1 Uji Instrumen

Dalam uji instrumen, peneliti mengevaluasi atau menganalisis model pengukuran. Evaluasi dilakukan pada setiap model pengukuran melalui evaluasi terhadap validitas dan evaluasi terhadap reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat ukur yang berfungsi mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner dan dinyatakan *valid* apabila pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang benar-benar ingin diukur. Hair *et al.* (2006) dalam Wijanto 2008 juga menyatakan bahwa *standardized loading factors* ≥ 0.50 dapat menjadi petunjuk indikator yang *valid* guna pembentukan sebuah faktor. Hal lainnya, validitas suatu indikator juga dapat dilihat dari angka *t-value*. Jika nilai *t-value* ≥ 1.96 , sebuah indikator dinyatakan *valid* (Ridgon & Ferguson; Doll *et al.* dalam Wijanto,2008).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi indikator dalam sebuah kuisisioner. Dengan kata lain uji reliabilitas dilakukan untuk penentuan apakah indikator pertanyaan dapat mengukur dan juga mengungkapkan secara

tepat serta akurat apa yang akan diukur. Sebuah indikator dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *construct reliability* ≥ 0.7 dan *variance extracted* ≥ 0.5 (Hair *et al.* dalam Wijanto, 2008).

3.10.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM)

Structural Equation Model (SEM) dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik pengolahan data. Dalam SEM, terdapat dua model pengukuran yang dapat digunakan untuk penelitian, yaitu *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Dalam penelitian ini, model pengukuran yang digunakan adalah model pengukuran CFA (Wijanto, 2008:25)

3.10.2.1 Karakteristik SEM

Menurut Wijanto (2008:9), karakteristik SEM (*Structural Equation Model*) diuraikan ke dalam beberapa komponen model yang terdiri dari:

- a. Dua jenis variabel yaitu variabel laten (*Latent Variable*) dan variabel teramati (*Observed Variable*). Variabel laten (*latent variable*) ini hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. Variabel laten merupakan konsep abstrak. Variabel laten biasanya disimbolkan dengan gambar lingkaran atau *elips*. Selain itu, ada variabel teramati (*observed variable*) yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut indikator. Variabel teramati biasanya disimbolkan dengan bentuk gambat segiempat.

- b. Dua jenis model yaitu model struktural dan model pengukuran. Model struktural menggambarkan hubungan yang ada di antara variabel-variabel laten. Selain model struktural, ada juga model pengukuran yang merupakan model yang menghubungkan antara variabel laten dan variabel teramati.
- c. Dua jenis kesalahan, yaitu kesalahan struktural (*Structural Error*) dan kesalahan pengukuran (*Measurement Error*).

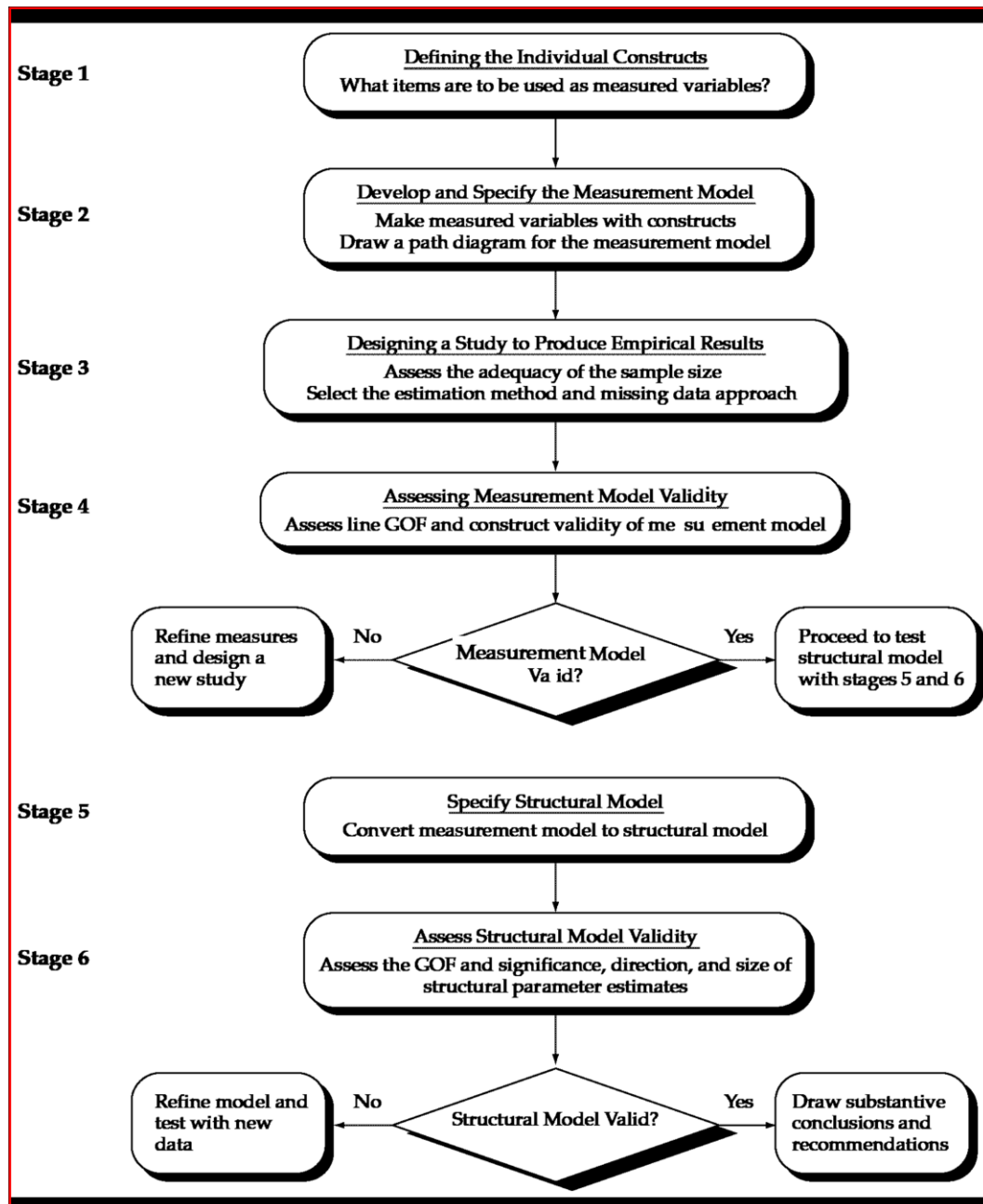
Pada saat ingin menyampaikan tentang ide konsep dasar SEM, maka dapat menggunakan Diagram Lintasan atau sering disebut *Path Diagram*. Diagram ini menggambarkan atau menspesifikasikan model SEM dengan lebih jelas dan lebih mudah. Selain itu, diagram lintasan juga dapat membantu mempermudah konversi model tersebut ke dalam perintah atau sintak dari SEM *software*.

3.10.2.2 Enam Tahap dalam SEM

Berikut merupakan enam tahap SEM:

1. Menentukan konsep individual
2. Mengembangkan keseluruhan *measurement* model
3. Mendesain *study* untuk menghasilkan hasil yang empirik
4. Menilai validitas dari *measurement* model
5. Melakukan spesifikasi model struktural
6. Menilai validitas dari model struktural

Gambar 3.5 Enam tahap SEM



Sumber : Hair et al. 2010:629

3.10.2.3 Confirmatory Factor Analysis (CFA) Model

Bentuk model pengukuran CFA model menunjukkan bahwa adanya sebuah variabel laten diukur oleh satu atau lebih variabel-variabel teramati. Dalam model pengukuran CFA, model dibentuk lebih dahulu, jumlah variabel laten ditentukan oleh analisis dan pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel teramati ditentukan lebih dahulu.

Ada dua sifat dari variabel teramati yaitu bersifat reflektif dan formatif. Di dalam penelitian ini, variabel teramati memiliki sifat reflektif yang memiliki arti indikator tersebut dipandang sebagai indikator yang dipengaruhi oleh konsep yang sama dan yang mendasari variabel laten (Wijanto, 2008:26).

3.10.2.3.1 Spesifikasi Model

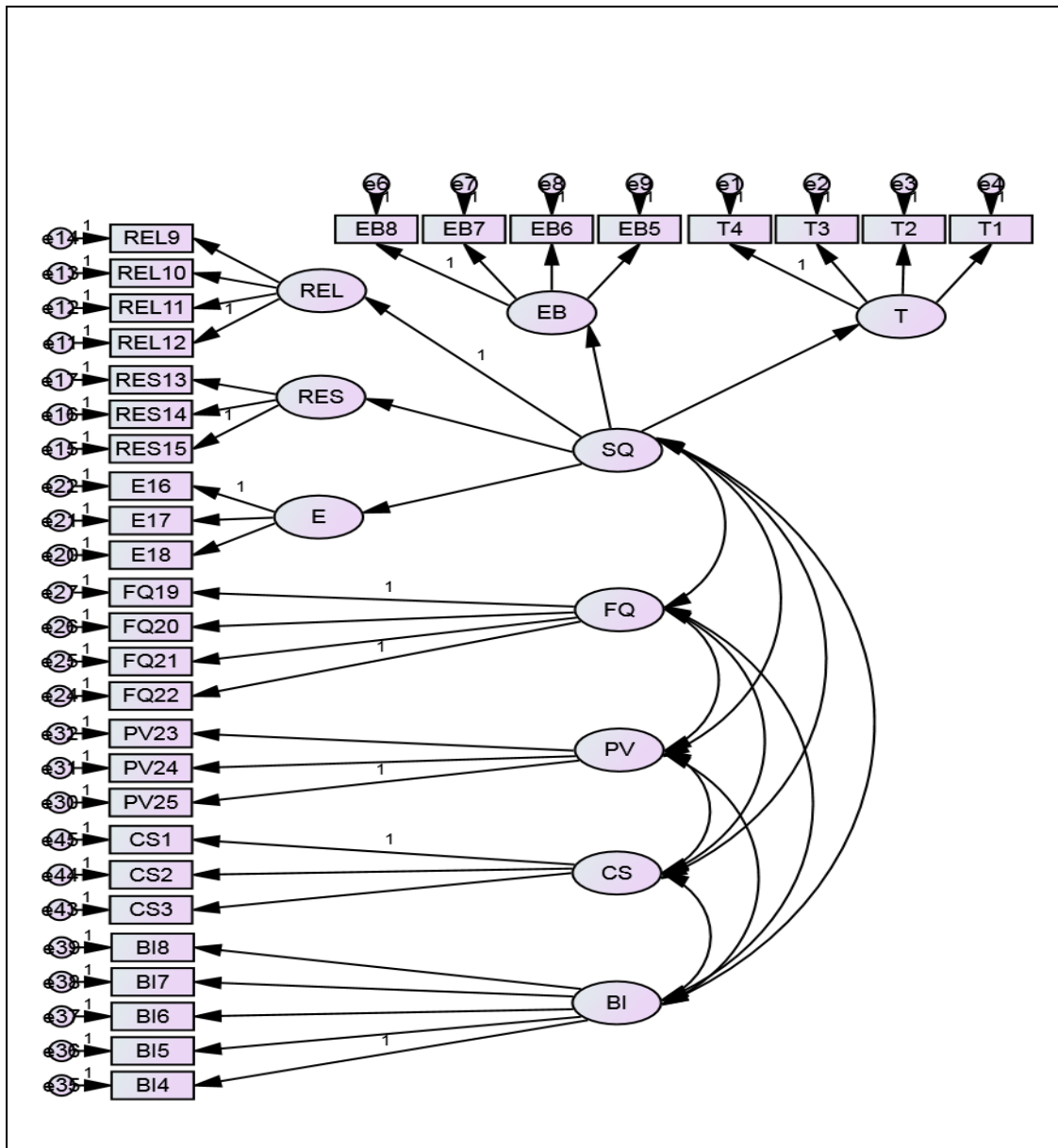
Sebelum dilakukan estimasi dibentuklah model awal persamaan struktural. Model ini dibentuk didasarkan pada teori atau penelitian sebelumnya. Di bawah ini merupakan langkah-langkah pembentukan model.

3.10.2.3.1.1 Spesifikasi Model Pengukuran

Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu *service quality*, *food quality*, *price/value*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention*. Dari variabel-variabel tersebut dapat dibedakan menjadi variabel eksogen dan endogen. *Service quality*, *food quality*, dan *price/value* merupakan variabel eksogen, sedangkan *customer satisfaction* dan *behavioral intention* merupakan variabel endogen.

Terdapat 34 variabel teramati atau yang biasa disebut indikator dari variabel-variabel tersebut.

Gambar 3.6 Model Pengukuran

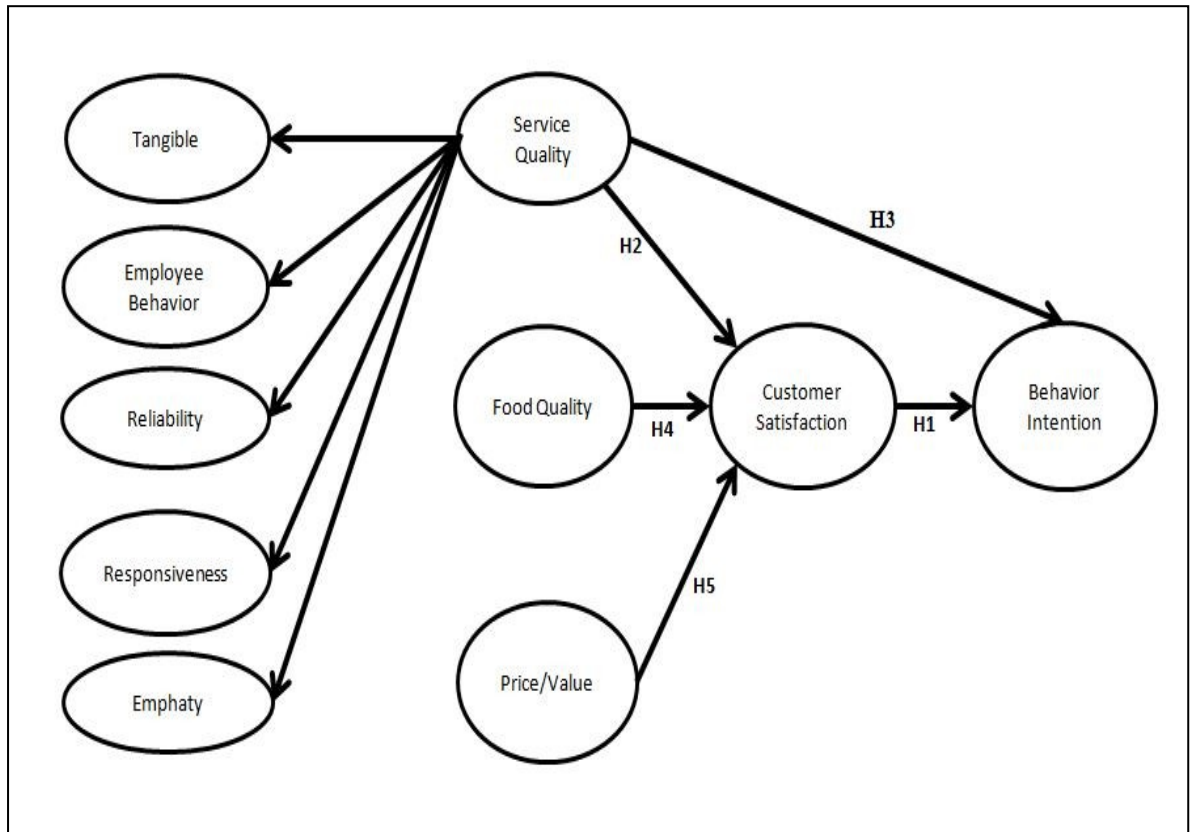


Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

3.10.2.3.1.2 Spesifikasi Model Struktural

Model struktural menggambarkan hubungan-hubungan antara variabel laten

Gambar 3.7 Model Struktural

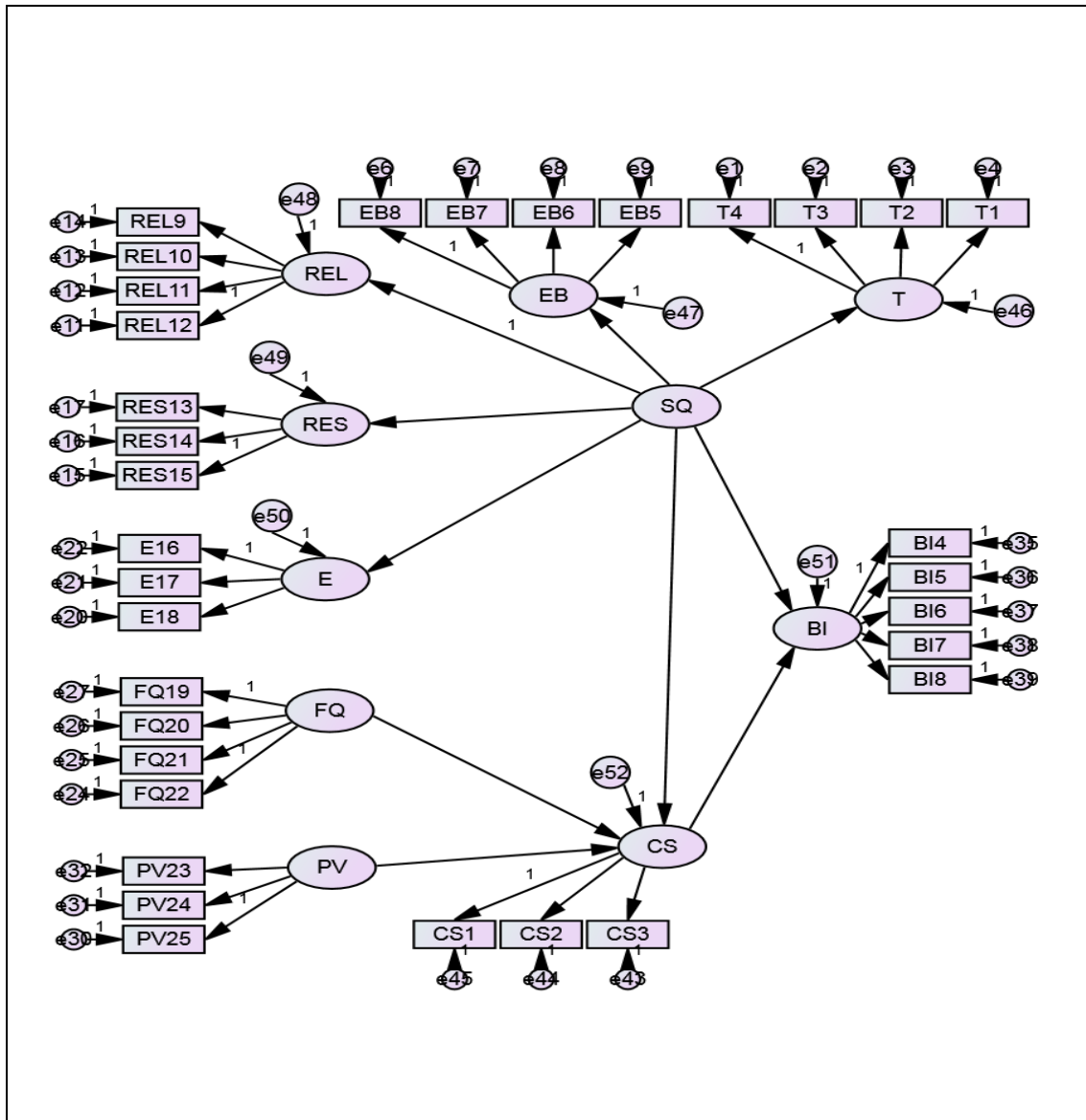


Sumber : Hong Qin & Victor R Prybutok (2008)

3.10.2.3.1.3 Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Di bawah ini merupakan diagram jalur dari variabel laten dan teramati:

Gambar 3.8 *Path Diagram*



Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2014

3.10.2.3.2 Identifikasi

Peneliti perlu memeriksa identifikasi dari model yang akan diteliti sebelum melakukan tahapan melakukan estimasi dari model yang akan diteliti. Secara garis besar, terdapat tiga kategori identifikasi menurut Wijanto (2008:37) yaitu:

3.10.2.3.2.1 *Under Identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Keadaan model *under identified* adalah dimana *degree of freedom* < 0 (nol) atau negatif (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan hal tersebut maka tidak perlu dilakukan estimasi dan penilaian model.

3.10.2.3.2.2 *Just Identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui. Model *just identified* memiliki kondisi *degree of freedom* adalah 0 (nol) (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan *just identified* maka juga tidak perlu dilakukan estimasi dan penilaian model.

3.10.2.3.2.3 *Over Identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Model *over identified* memiliki kondisi *degree of freedom* positif (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan hal tersebut maka dapat dilakukan estimasi dan penilaian model.

Perhitungan *degree of freedom* dapat dilakukan dengan cara, jumlah data yang diketahui dikurang jumlah parameter yang diestimasi. Dalam penelitian ini *degree of freedom* menunjukkan 517.

3.10.2.3.3 Estimasi

Estimasi biasanya digunakan untuk dapat memperoleh nilai yang ada di dalam model. Diperlukan fungsi yang diminimalisasikan melalui estimator *maximum likelihood* untuk dapat mengetahui waktu estimasi dikatakan sudah cukup baik. Bentler dan Chou dalam Wijanto (2008:46) menyarankan bahwa paling rendah rasio lima responden per variabel teramati. Berdasarkan ukuran di atas, maka ukuran sampel yang diperlukan untuk estimasi ML adalah minimal lima responden untuk setiap variabel teramati yang ada dalam model penelitian. Pada penelitian ini terdapat 33 variabel teramati atau indikator, maka diperlukan minimal 165 untuk estimasi ML.

3.10.2.3.4 Uji Kecocokan Model

Terdapat tiga tahapan evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model yang digunakan menurut Hair (1998) seperti dikutip dalam buku Wijanto, yaitu:

3.10.2.3.4.1 Kecocokan Keseluruhan Model (*overall model fit*)

Tahap pertama adalah untuk menguji derajat kecocokan antara data dengan model atau yang bisa disebut *Goodness of Fit* (GOF). SEM tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model seperti

teknik *multivariate* yang lain, oleh karena itu para peneliti telah mengembangkan beberapa ukuran GOF yang dapat dilakukan secara bersama-sama. Pada dasarnya, untuk menilai kecocokan suatu model dapat dilihat dari 3 sudut pandang yang berbeda, diantaranya: *overall fit*, *comparitive fit to base model* dan *model parsimony*. Berdasarkan 3 sudut pandang tersebut, Hair *et al* (1998) mengelompokkan derajat GOFI untuk menilai kecocokan model yang ada, yaitu *absolute fit measures*, *incremental fit measures* dan *parsimonious fit measures*.

Absolute fit measure atau ukuran kecocokan absolut ini menentukan derajat prediksi model keseluruhan, model struktural maupun model pengukuran, terhadap matrik korelasi dan kovarian. *Incremental fit measures* ini tujuannya adalah untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar. Uji kecocokan yang terakhir adalah *parsimonius fit measures*, ukuran kecocokan parsimoni ini mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, di mana hasil uji haruslah mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit*, di mana semakin tinggi *degree of fit* yang dicapai maka akan semakin baik.

Beberapa ukuran yang biasa digunakan untuk mengevaluasi SEM, diantaranya diuraikan oleh tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Ringkasan Uji Kecocokan Keseluruhan Model dan Kriteria Penerimaannya

Ukuran Kecocokan Keseluruhan Model	Kriteria Penerimaan	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>P-Value of x^2</i>	≥ 0.05	<i>Good Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	RMSEA < 0.08	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq \text{RMSEA} \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	RMSEA > 0.10	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Residual (RMR)</i>	$\text{RMR} \leq 0.05$	<i>Good Fit</i>
	$\text{RMR} \geq 0.05$	<i>Poor Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit-Index (GFI)</i>	GFI > 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{GFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	GFI < 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Measure</i>		
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	CFI > 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{CFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	CFI < 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	NFI > 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{NFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>

	$NFI < 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Non-Normed Fit Index (NNFI)</i>	$NNFI > 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI < 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	$IFI > 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$IFI < 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	$RFI > 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$RFI < 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)</i>	$AGFI > 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI < 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Parsimonious Fit Measure</i>		
<i>Normed Chi-square</i>	< 2.00	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)</i>	$PGFI > 0.50$	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonius Normed Fit Index (PNFI)</i>	Nilai yang tinggi	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion (AIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC saturated	<i>Good Fit</i>

<i>Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC saturated	<i>Good Fit</i>
---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------	-----------------

Sumber : Wijanto (2008)

3.10.2.3.4.2 Kecocokan Model Pengukuran (*measurement model fit*)

Setelah kecocokan model dan data secara keseluruhan dinyatakan baik, maka evaluasi yang dilakukan selanjutnya adalah uji kecocokan model pengukuran. Uji ini dilakukan terhadap setiap konstruk atau model pengukuran secara terpisah (Wijanto, 2008). Evaluasi yang dilakukan dibagi menjadi dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas terhadap setiap model pengukuran.

Uji validitas indikator pengukur konstruk dari model penelitian diukur dengan menggunakan *software* Amos 22. Di mana nilai t indikator dinyatakan valid jika nilainya lebih besar dari 1.96 (> 1.96) dan nilai faktor standarnya (*standardized factor*) lebih besar atau sama dengan 0.5.

Sedangkan untuk uji reliabilitas konstruk dari model pengukuran dilakukan dua pengukuran, yaitu *construct reliability* dan *variance extracted*. Reliabilitas dinyatakan baik jika nilai *construct reliability* (CR) > 0.7 dan nilai *variance extracted* (VE) > 0.5 . Berikut ini adalah cara perhitungan dari kedua alat pengukur reliabilitas :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e}$$

$$Variance\ Extracted = \frac{\sum std.\ loading^2}{\sum std.\ loading^2 + \sum e}$$

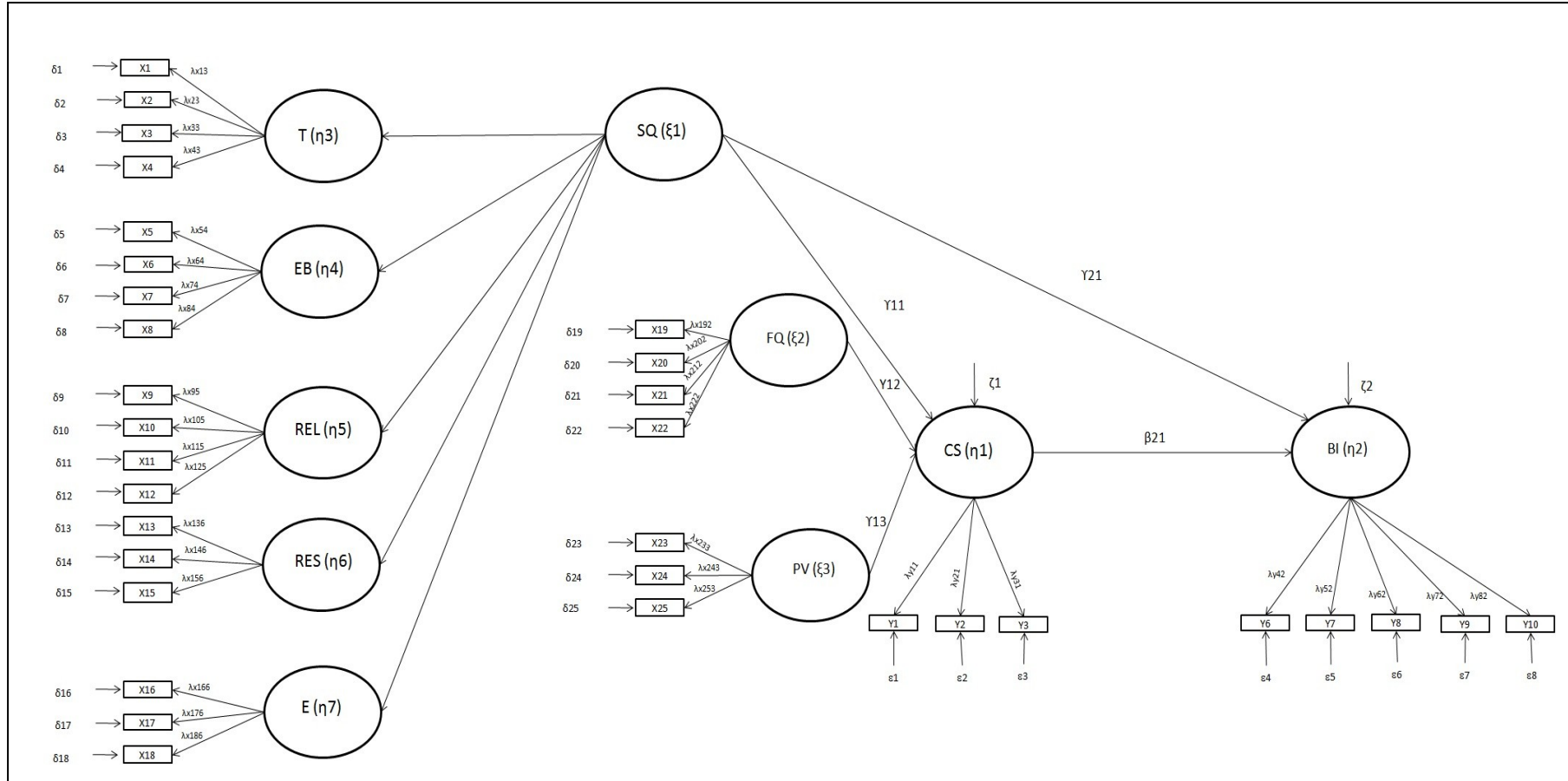
3.10.2.3.4.3 Uji Kecocokan Model Struktural

Analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang dapat diestimasi dimana peneliti dapat mengetahui signifikansi koefisien yang mewakili hubungan kausal yang dihipotesiskan. Persamaan umumnya sebagai berikut:

$$\varepsilon = \gamma \xi + \delta$$

$$\varepsilon = B\varepsilon + \Gamma\xi + \delta$$

Gambar 3.9 Kecocokan Model Struktural



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

3.11 Persiapan Data

Setelah pengumpulan data berhasil dilakukan, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah pemindahan data dari kuesioner ke dalam program Amos 22 dengan tujuan agar data yang diperoleh dari responden dapat diolah lebih lanjut lagi. Berlanjut dari pemindahan data hasil pengisian kuisisioner, hal yang dilakukan selanjutnya adalah pemberian kode pada setiap indikator agar pengolahan data dapat lebih mudah dan efektif.