



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

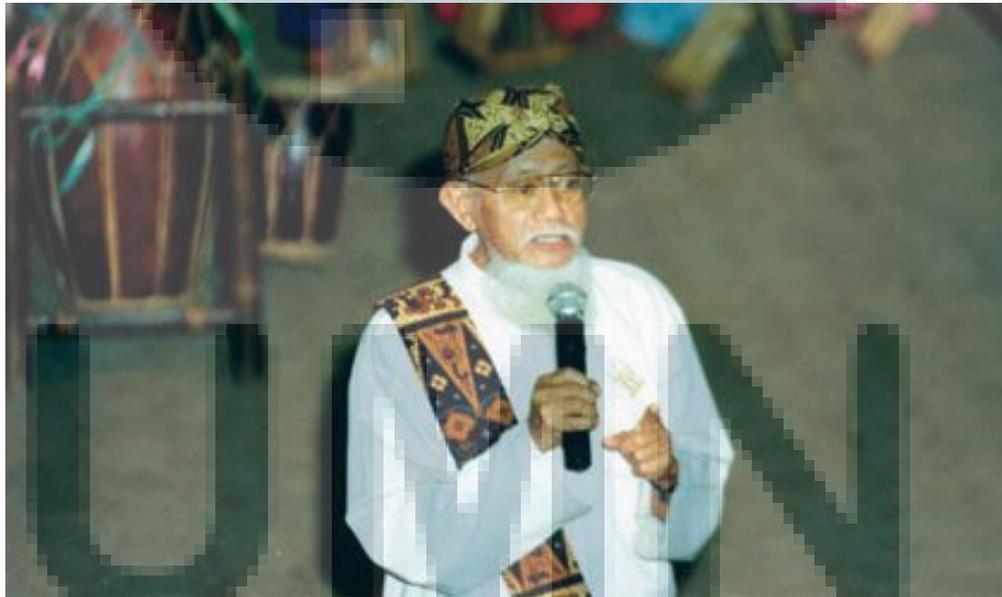
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Saung Angklung Udjo (SAU) didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngalagena bersama istri yaitu Uum Sumiati dengan tujuan melestarikan dan memelihara seni dan kebudayaan tradisional Sunda. Sejarah awalnya adalah pada tahun 1950-an, Udjo Ngalagena dan Uum Sumiati yang dikaruniai 10 orang anak mengawali perjalanan mereka untuk mendirikan sebuah paguyuban kesenian Sunda yang unik. Berawal pula dari ide yang memanfaatkan sebuah bambu yang dijadikan kursi, alat musik, bahkan sampai panggung pertunjukannya.



Gambar 3.1 Udjo Ngalagena, pendiri Saung Angklung Udjo

Sumber: www.angklung-udjo.co.id

Salah satu alat musik tradisional yang terus dikembangkan oleh Udjo Ngalagena adalah angklung. Angklung tersebut dikenal dengan nama Angklung Padaeng. Angklung yang pertama kali hanya berskala tangga nada pentatonis lalu diubah menjadi angklung kompleks yang berskala tangga nada diatonis. Nada-nada tersebut telah dapat menjangkau tangga nada lagu populer, tidak hanya musik yang terkenal di dalam negeri tetapi juga musik yang dikenal di dunia.



Gambar 3.2 Angklung Padaeng

Sumber: dokumentasi peneliti

Udjo Ngalagena memiliki filosofi yang sudah diadaptasi dari guru beliau, yaitu 6M; Mudah, Murah, Mendidik, Menarik dan Masal, Meriah. Prinsip-prinsip tersebut dikembangkan menjadi sebuah pertunjukan yang memadukan unsur kesenian yang berasal dari budaya Sunda yang atraktif dan bermakna pendidikan.

Hal inilah yang menjadi wisatawan untuk tertarik mengunjungi Saung Angklung Udjo.

Saung Angklung Udjo telah menerima berbagai penghargaan di dunia nasional sampai internasional. Beberapa diantaranya adalah pada konser Sherina & Friends pada tahun 2000, Pelatihan Angklung di Fukuoka Jepang pada tahun 2001, *Heritage and Cultural Gold Award* di Korea Selatan pada tahun 2004 (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).



Gambar 3.3 Udjo Ngalagena dalam Konser *Sherina & Friends*

Sumber: www.angklung-udjo.co.id

Saung Angklung Udjo merupakan sanggar kesenian tradisional khususnya angklung, laboratorium pendidikan untuk alat musik dari bambu, dan sebagai obyek wisata budaya Sunda khas Jawa Barat. Berlokasi di Jalan Padasuka 118, Bandung Timur, Jawa Barat, Indonesia, suasana tempat dari Saung Angklung Udjo memiliki udara yang segar dengan dikelilingi oleh pohon-pohon bambu. Desain *interior* Saung Angklung Udjo sampai alat musik, semuanya terbuat dari bambu (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).



Gambar 3.4 Suasana Saung Angklung Udjo

Sumber: www.bandungtourism.com

Pertunjukan kesenian yang dilakukan oleh Saung Angklung Udjo sangat beragam. Selain pertunjukan permainan angklung yang membentuk suatu alunan music (angklung orkestra), tari tradisional asal Jawa Barat juga ditampilkan. Tari-tarian tersebut dibawakan oleh anak-anak kecil Akademi Saung Angklung Udjo. Disamping itu, terdapat pula pertunjukan wayang golek.

Pertunjukan kesenian di Saung Angklung Udjo diadakan setiap hari mulai pukul 13.00 – 14.30 WIB dan 15.30 – 17.00 WIB dengan harga tiket Rp 60.000 bagi turis lokal dan Rp 80.000 bagi turis mancanegara untuk sekali pertunjukan. Diakhir pertunjukan angklung, para *visitor* akan dibagikan angklung untuk

dimainkan secara bersama-sama atas arahan dari salah satu anak dari Udjo Ngalagena yang sudah ahli dalam memainkan angklung (angklung interaktif). Terkadang angklung tersebut kemudian diberikan kepada *visitor* secara cuma-cuma sebagai cinderamata.



Gambar 3.5 Suasana Pertunjukan di Saung Angklung Udjo

Sumber: dokumentasi peneliti

Saung Angklung Udjo memiliki empat bidang kegiatan. Kegiatan pertama adalah pada bidang Hiburan. Saung Angklung Udjo memiliki daya tarik yang besar yaitu pada produk dan jasa yang ditawarkan nari nilai budaya, kemudian dikemas dalam pertunjukan yang menarik. Kegiatan kedua dari Saung Angklung Udjo adalah Pelestarian Seni dan Budaya Sunda. Hal ini didasari pada misi Saung Angklung Udjo untuk mengembangkan seni dan budaya Sunda dalam masyarakat. Oleh karena itu, Saung Angklung Udjo memiliki dua program yang relevan, yaitu Beasiswa Seni dan Budaya Saung Angklung Udjo yang

menitikberatkan kepada masyarakat lingkungan sekitar Saung Angklung Udjo, khususnya anak-anak. Program kedua adalah Sosialisasi Seni dan Budaya Sunda yang telah berlangsung secara bertahap di dalam maupun di dunia internasional. Kegiatan ketiga adalah pada bidang Pendidikan. Saung Angklung Udjo terus menjalani beragam aktivitas, diantaranya adalah seminar dan pelatihan, program magang, riset untuk seni budaya Sunda, dan dokumentasi seni budaya Sunda. Kegiatan keempat adalah terakhir adanya Ruang Publik Bersama yang bertujuan untuk mengkomunikasikan berbagai informasi mengenai kondisi sosial, budaya dan ekonomi (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).

Visi dan misi dari Saung Angklung Udjo dideskripsikan sebagai berikut:

Visi: *“Grow to be Sundanese cultural district, particularly the culture of bamboo, which fulfills the world with its reputation and become the main tourism destination in Indonesia.”*

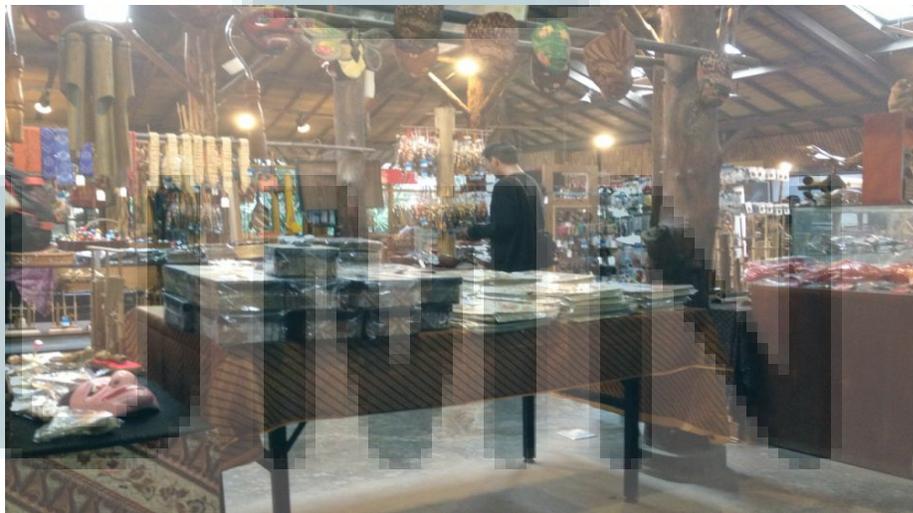
Maksud dari visi ini adalah Saung Angklung Udjo akan tumbuh dan berkembang menjadi kawasan budaya Sunda, khususnya budaya bambu yang mendunia dan menjadi tempat tujuan wisata budaya unggulan di Indonesia.

Misi: *“To conserve and preserve Sundanese culture considered basing the philosophy of Mang Udjo, which are: mutual assistance among the community and perpetually sustaining the environment.”*

Maksud dari misi ini adalah untuk melestarikan dan mengembangkan budaya Sunda dengan dasar filosofi Mang Udjo, yaitu gotong royong antar warga atau komunitas dan pelestarian lingkungan untuk kesejahteraan masyarakat.

Saung Angklung Udjo memiliki identitas yang digambarkan secara visual dan dikenal sebagai “Alunan Rumpun Bambu”. Makna dari kata “alunan” memiliki pengertian bahwa Saung Angklung Udjo akan selalu bergerak dinamis, ceria dan aktif dalam mengembangkan budaya Indonesia khususnya budaya Sunda. Makna dari kata “rumpun” memiliki filosofi yaitu dengan semangat kebersamaan dan gotong-royong pada setiap langkah yang diambil. Kata “bambu” berarti sebagai akar dan bahan dasar sebuah angklung, dan Saung Angklung Udjo selalu melangkah maju ke depan tanpa melupakan asal-usulnya dengan menjunjung tinggi nilai-nilai yang sudah dibangun sejak dahulu. (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).

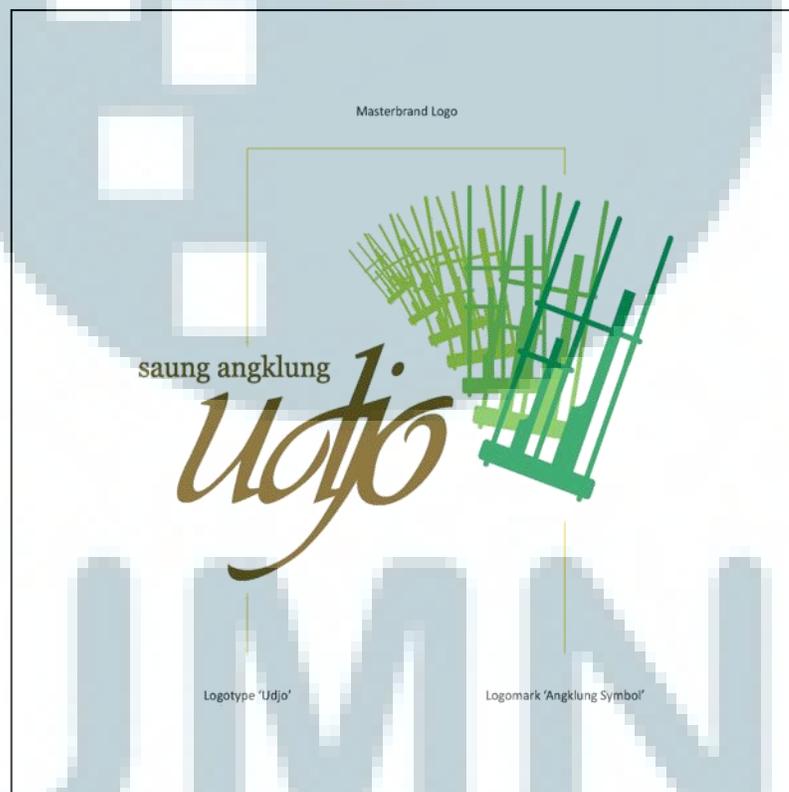
Saung Angklung Udjo juga dilengkapi dengan toko *souvenir*. Dari mulai miniatur angklung sampai dengan ukuran angklung yang sesungguhnya diperjual-belikan disini. Toko *souvenir* yang berada di Saung Angklung Udjo terbilang cukup besar dan lengkap.



Gambar 3.6 Toko *Souvenir* di Saung Angklung Udjo

Sumber: *dokumentasi peneliti*

Penggunaan logo dari Saung Angklung Udjo memiliki filosofi yang penuh arti. Tulisan “Udjo” digunakan sebagai *anchor* dan “saung angklung” sebagai indeks yang menerangkannya. Tulisan dari “saung angklung” menggunakan jenis huruf roman dengan tujuan untuk mempertahankan *heritage*-nya. Tulisan “Udjo” tetap dipertahankan sebagai identitas asli dari Saung Angklung Udjo. Penggunaan huruf kecil memiliki makna ceria dan rendah hati atau tidak sombong. Warna coklat melambangkan kestabilan, budaya, warna tanah. (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).



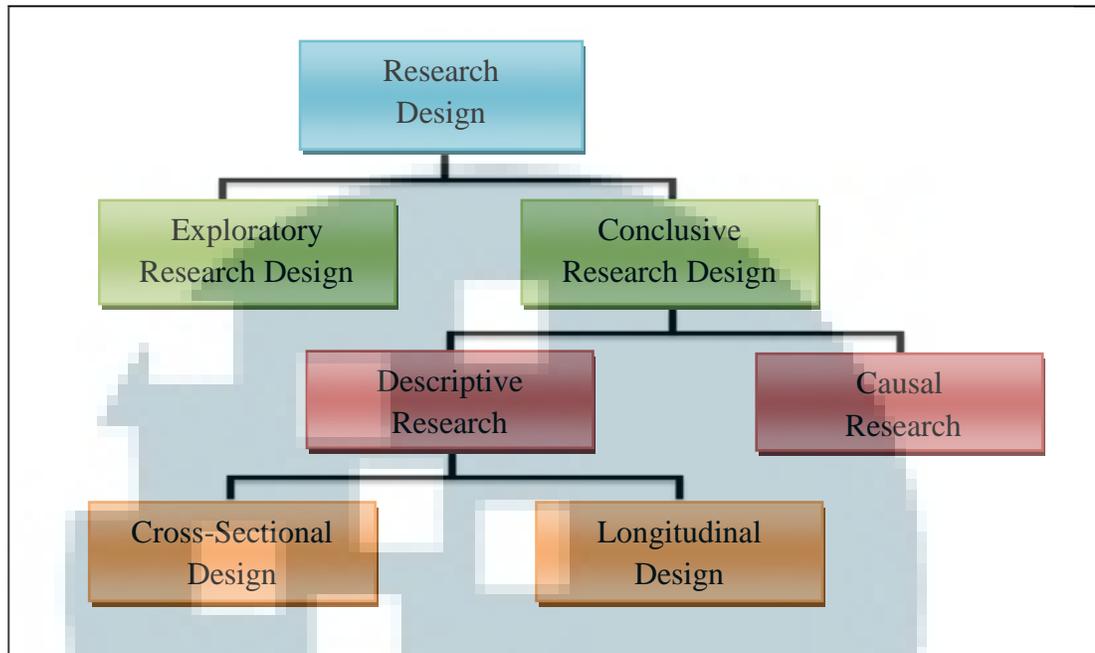
Gambar 3.7 Brand Saung Angklung Udjo

Sumber: www.angklung-udjo.co.id

Bentuk dari simbol angklung merupakan formasi 7 buah sosok angklung yang tersusun dari kecil ke besar. Hal tersebut melambangkan 7 tangga nada. Gradasi warna pada logo angklung melambangkan sebuah kedinamisan & keharmonisan serta penyusunan bentuk dari kecil ke besar melambangkan adanya suatu ungkapan energi dan pergerakan dinamis seperti susunan angklung yang sedang dimainkan. Banyaknya angklung melambangkan semangat kebersamaan dan gotong-royong. Warna hijau dari simbol angklung melambangkan asri, menaungi atau mengayomi dan sebuah energi positif. (sumber www.angklung-udjo.co.id diakses 1 Maret 2014).

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *descriptive*. Penelitian *descriptive* adalah penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar (Malhotra, 2012:104). Terdapat dua metode dalam penelitian *descriptive*, yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* merupakan jenis penelitian yang hanya mengambil *sample* dari populasi satu kali (Malhotra, 2012:105). *Longitudinal design* merupakan jenis penelitian yang mangambil *sample* dari populasi dengan cara berulang kali. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *cross-sectional design*.



Gambar 3.8 Klasifikasi *Marketing Research Designs*

Sumber: Malhotra, 2012:100

Marketing Research Data terdiri dari *secondary data* dan *primary data*. *Secondary data* merupakan data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan lain selain masalah yang dihadapi. Sementara *primary data* merupakan data yang berasal dari peneliti dengan tujuan khusus untuk menangani masalah penelitian (Malhotra, 2012:127). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*.



Gambar 3.9 Klasifikasi *Marketing Resource Data*

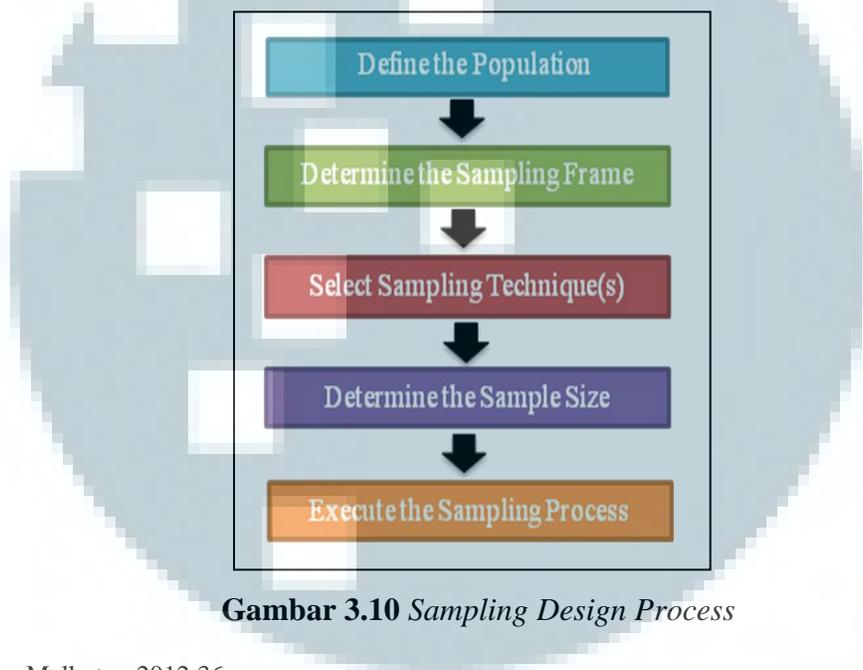
Sumber: Malhotra, 2012:182

Untuk *primary data* terbagi menjadi dua bagian, yaitu *qualitative data* dan *quantitative data* (Malhotra, 2012:182). *Qualitative data* merupakan penelitian yang memiliki pernyataan tidak terstruktur dan jumlah *sample* yang sedikit untuk menambah pengetahuan dan memahami permasalahan yang sedang terjadi. *Quantitative data* terbagi menjadi dua bagian, yaitu penelitian *descriptive* dan *causal (experimental data)*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *quantitative data (descriptive)* yaitu penelitian yang digunakan untuk mengukur sebuah data dan biasanya menggunakan berbagai bentuk analisis statistik. *Experimental data* merupakan proses memanipulasi satu atau lebih *independent variable* dan mengukur efek dari setiap *variable* (Malhotra, 2012:258).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui *visitor's satisfaction* yang dapat mempengaruhi *revisit intention* dan *intention to purchase souvenir* terhadap *visitor* salah satu tempat pertunjukan kesenian Indonesia, yaitu Saung Angklung Udjo (SAU).

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Sampling design process terdiri dari lima tahap yang setiap tahapnya berhubungan dengan seluruh aspek dari proyek *marketing research*, dari menentukan populasi hingga melaksanakan proses pengambilan *sample* (Malhotra, 2012:369). Berikut adalah tahap-tahap dari *sampling design process* :

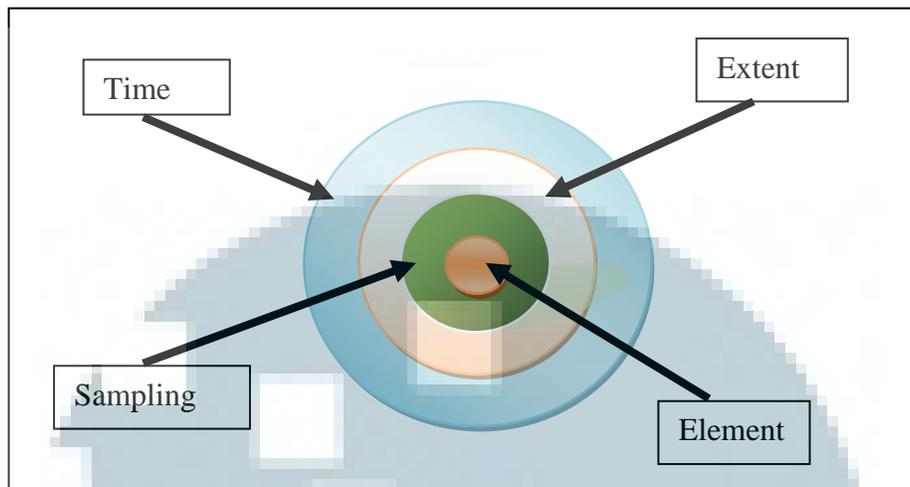


Gambar 3.10 *Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra, 2012:36

3.3.1 Target Populasi

Target populasi adalah kumpulan dari elemen atau objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan peneliti akan membuat kesimpulan (Malhotra, 2012:369). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh *visitor* Saung Angklung Udjo (SAU).



Gambar 3.11 *Defining the Target Population*

Sumber: Malhotra, 2012:370

3.3.1.1 *Sampling unit dan Element*

Sampling unit adalah unit dasar yang mencakup dalam populasi yang akan dilakukan *sample* (Malhotra, 2012:369). *Sample* dari penelitian ini berjumlah 220 orang yang telah mengunjungi Saung Angklung Udjo dengan minimal usia 17 tahun dan sudah pernah mendatangi tempat kesenian tradisional lain dalam 3 bulan terakhir. *Element* adalah objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan tentang apa yang akan dibuat kesimpulan oleh peneliti (Malhotra, 2012:366). *Element* dalam penelitian ini adalah pria dan wanita yang telah berkunjung ke Saung Angklung Udjo (SAU).

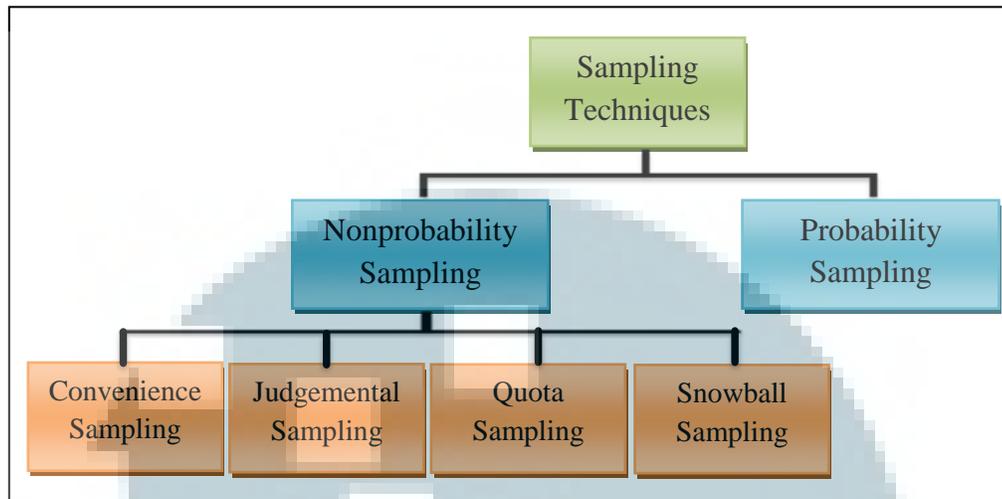
3.3.1.2 *Extent dan Time Frame*

Extent dalam penelitian ini adalah kota Bandung, Indonesia. Bandung dipilih karena Saung Angklung Udjo berada di kota tersebut. *Time Frame* adalah

waktu pelaksanaan penelitian dan pengambilan data (Malhotra, 2012: 370). Waktu penelitian hingga pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini dimulai dari bulan Februari hingga Juni 2014. Peneliti memulai melakukan penyebaran *pretest* pada tanggal 12 Mei 2014. Setelah hasil *pretest* valid dan reliabel, peneliti memulai penyebaran kuesioner untuk pengambilan data pada 8 Juni – 10 Juni 2014.

3.3.2 Teknik Pengambilan *Sample*

Teknik yang digunakan dalam pengambilan *sample* terdiri dari dua jenis, yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan *sample* yang tidak menggunakan prosedur seleksi kesempatan, tetapi bukan mengandalkan peneliti penilaian pribadi dan atau kenyamanan. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan *sample* dimana setiap elemen dari populasi memiliki kesempatan probabilistik tetap yang dipilih untuk menjadi *sample* (Malhotra, 2012:371). Teknik pengambilan *sample* yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling* yaitu *judgemental sampling*. *Judgemental sampling* adalah *convenience sampling* dimana elemen dari populasi ditentukan oleh syarat dari peneliti atau terdapat berbagai syarat dan *judgement* untuk menjadi responden (Malhotra, 2012:375). Responden yang didapatkan dari *judgemental sampling* harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya pernah berkunjung ke tempat pertunjukan kesenian lainnya.



Gambar 3.12 *Sampling Techniques*

Sumber: Malhotra, 2012:388

3.3.3 Ukuran *Sample* (*Sample Size*)

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al. (2010;522) bahwa penentuan banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya jumlah pernyataan pada kuesioner, dengan mengasumsikannya menjadi $n \times 5$. Dalam penelitian ini jumlah pernyataan adalah 38 pernyataan yang digunakan untuk mengukur 6 variabel dimana kedua variabel memiliki 3 dimensi dan 2 dimensi, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah minimal 190 responden.

3.3.4 Proses *Sampling*

3.3.4.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* adalah data yang didapat oleh peneliti secara original (asli) untuk tujuan tertentu dari masalah penelitian, sedangkan *secondary data* adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain (Malhotra, 2012:127).

Sebelum menyebarkan kuesioner dalam jumlah yang besar, peneliti membuat pernyataan kuesioner *pre-test* dan membagikan langsung secara *offline* kepada responden secara *face to face*.

3.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara *offline* kepada responden. Peneliti mendatangi langsung Saung Angklung Udjo yang berada di kota Bandung. Pada awalnya peneliti menyaksikan pertunjukan di siang dan sore hari, karena pertunjukan di kedua waktu tersebut terdapat perbedaan di dalam pengisian acaranya. Pada kuesioner *pretest*, peneliti langsung menyebarkan kepada responden setelah responden menyaksikan pertunjukan di siang hari. Selanjutnya pada kuesioner dalam jumlah besar, peneliti menyebarkan kepada responden sebelum responden menyaksikan pertunjukan di siang dan sore hari selama tiga hari. Kuesioner dibagikan sebelum pertunjukan berlangsung bertujuan untuk menggali informasi untuk variabel *expectation*, sehingga sebelumnya para responden terlebih dahulu mengisi bagian 1 (*expectation*).

Setelah pertunjukan berlangsung, responden dapat mengisi keseluruhan dari kuesioner tersebut. Setelah selesai diisi oleh responden, maka peneliti mengambil seluruh kuesioner tersebut.

3.3.4.3 Periode

Periode pengerjaan skripsi adalah empat bulan (Februari 2014 – Juni 2014). Pelaksanaan *pretest* dilakukan satu hari yaitu pada 12 Mei 2014. Periode pengisian kuesioner dalam jumlah besar dilakukan pada 8 Juni 2014 – 10 Juni 2014.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. 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). Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah *performance quality*.

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah huruf Yunani η (“eta”) (Wijanto, 2008:10). Variabel endogen dalam penelitian ini

adalah *experience quality*, *satisfaction*, *revisit intention*, dan *intention to purchase souvenirs*.

3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut indikator. Setiap pertanyaan pada metode survei menggunakan kuesioner mewakili sebuah variabel teramati. Variabel teramati yang berkaitan atau merupakan efek dari variabel laten eksogen (ξ) diberi notasi matematik dengan label X, sedangkan yang berkaitan dengan variabel laten endogen (η) diberi label Y. Simbol diagram lintasan dari variabel teramati adalah bujur sangkar atau kotak (Wijanto, 2008:11). Variabel teramati dalam penelitian ini adalah 38 indikator.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini setiap variabel akan diukur dengan indikator-indikator yang sesuai dengan variabel yang bersangkutan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau perbedaan persepsi mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis.

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
1	<i>Expectation</i>	Sikap yang berkaitan dengan keinginan atau permintaan bahwa pengunjung berharap untuk dapat memiliki dari setiap jasa yang ditawarkan. (Berry et al, 1990)		EXP1	Harapan saya, Saung Angklung Udjo memiliki pemandu (<i>tour guide</i>) yang memberikan saya informasi tentang kesenian angklung	Rojas dan Camarero (2008)	<i>Likert 7 points</i>
				EXP2	Saya berharap menerima pelayanan yang baik dari karyawan Saung Angklung Udjo	Rojas dan Camarero (2008)	
				EXP3	Saya berharap Saung Angklung Udjo memiliki pencahayaan yang baik pada panggung pertunjukannya	Rojas dan Camarero (2008)	
				EXP4	Harapan saya, pertunjukan di Saung Angklung Udjo unik dibandingkan tempat pertunjukan seni tradisional lainnya	Rojas dan Camarero (2008)	
				EXP5	Saya berharap bahwa Saung Angklung Udjo menawarkan saya sebuah pengalaman budaya tradisional yang menarik	Rojas dan Camarero (2008)	
				EXP6	Saya berharap bahwa Saung Angklung Udjo memberikan informasi yang memiliki unsur budaya yang tinggi	Rojas dan Camarero (2008)	

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scaling technique
2	<i>Performance quality</i>	Suatu pertunjukan yang berkualitas, meliputi segala sesuatu yang disediakan oleh manajemen kepada para wisatawan atau <i>visitor</i> . (Cole dan Scott, 2008)	1. <i>Ambience</i> Suasana yang diciptakan oleh lingkungan (seperti suhu, suara, aroma dan lainnya) yang cenderung berdampak pada alam bawah sadar (Strobelle <i>et al</i> , 2004).	AMB1	Saung Angklung Udjo adalah tempat wisata budaya yang menghibur	Cole dan Scott (2008)	<i>Likert 7 points</i>
				AMB2	Saung Angklung Udjo memiliki suasana yang membuat saya merasa nyaman		
				AMB3	Pepohonan bambu yang berada di sekitar Saung Angklung Udjo menciptakan suasana yang sejuk		
				AMB4	Ketika pertunjukan berlangsung, Saung Angklung Udjo menciptakan suasana kekeluargaan		
			2. <i>Amenities</i> Barang dan jasa yang disediakan untuk publik karena barang dan jasa tersebut tidak dinilai dengan harga (Leiper, 1990; Smith, 1998; Marcouiller, 1998 dalam Marcouiller dan Prey 2005).	AME1	Saung Angklung Udjo menyediakan toko <i>souvenir</i> yang lengkap	Cole dan Scott (2008)	
				AME2	Saung Angklung Udjo dilengkapi dengan <i>workshop</i> pembuatan angklung		
				AME3	Saung Angklung Udjo menyediakan tempat duduk penonton pertunjukan dengan kapasitas yang memadai		

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
				AME4	Saung Angklung Udjo menyediakan loket untuk pembelian tiket masuk	Cole dan Scott (2008)	Likert 7 points
				AME5	Saung Angklung Udjo menyediakan toilet yang bersih		
			3. <i>Comfort</i> Karakteristik emosi dengan timbulnya perasaan kurangnya kekhawatiran kepada interaksi <i>service</i> (Bagozzi <i>et al.</i> , 1999 dalam Lloyd dan Luk, 2009).	COM1	Saung Angklung Udjo memiliki tempat yang bersih	Cole dan Scott (2008)	Likert 7 points
				COM2	Saung Angklung Udjo memiliki tempat yang rapi	Cole dan Scott (2008)	
				COM3	Saung Angklung Udjo memiliki karyawan yang ramah	Cole dan Scott (2008)	
				COM4	Mudah bagi saya menemukan tempat parkir	Cole dan Scott (2008)	
COM5	Saya dapat membeli tiket masuk Saung Angklung Udjo sebelum melakukan kunjungan	Cole dan Scott (2008)					
3	<i>Experience quality</i>	Manfaat atau akibat dari pengalaman seseorang sebagai hasil dari suatu perjalanan atau kunjungan kepada suatu-	1. <i>Entertainment</i> Kesenangan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata (Bob, 1993).	ENT1	Saung Angklung Udjo adalah tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi	Cole dan Scott (2008)	Likert 7 points

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
		obyek wisata atau tempat pertunjukan. (Cole dan Scott, 2008)		ENT2	Tarian tradisional yang ditampilkan di Saung Angklung Udjo telah membuat saya terhibur		Likert 7 points
				ENT3	Pertunjukan angklung di Saung Angklung Udjo telah membuat saya terhibur		
				ENT4	Saung Angklung Udjo merupakan tempat yang menarik untuk melihat pertunjukan seni budaya Indonesia		
			2. <i>Education</i> Penggambaran fenomena di dunia luar, tetapi juga menggambarkan suatu bidang penelitian akademik (Tribe, 1997).	EDU1	Saung Angklung Udjo adalah tempat yang baik untuk mempelajari budaya	Cole dan Scott (2008)	Likert 7 points
				EDU2	Saya menjadi lebih menghargai budaya setelah saya mengunjungi Saung Angklung Udjo	Cole dan Scott (2008)	
				EDU3	Saya ingin lebih melindungi budaya agar tidak diakui oleh bangsa lain setelah saya mengunjungi Saung Angklung Udjo	Cole dan Scott (2008)	
				EDU4	Mengunjungi Saung Angklung Udjo memperluas pengetahuan saya mengenai angklung	Cole dan Scott (2008)	

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
4	<i>Satisfaction</i>	Tingkat kesenangan secara keseluruhan atau kepuasan yang dirasakan oleh <i>visitor</i> , yang dihasilkan dari kemampuan pertunjukan untuk memenuhi keinginan <i>visitor</i> , harapan dan kebutuhan dalam kaitannya dengan pertunjukan. (Hellier et al., 2003)		SAT1	Saya senang dengan keputusan saya untuk mengunjungi Saung Angklung Udjo	Rojas dan Camarero (2007)	<i>Likert 7 points</i>
				SAT2	Saung Angklung Udjo adalah salah satu tempat terbaik yang pernah saya kunjungi	Rojas dan Camarero (2007)	
				SAT3	Saya akan mengatakan hal yang positif tentang Saung Angklung Udjo	Rojas dan Camarero (2007)	
				SAT4	Pertunjukan yang ditampilkan oleh Saung Angklung Udjo sesuai dengan harapan saya		

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
5	<i>Revisit Intention</i>	Perencanaan untuk mengunjungi suatu tempat pertunjukan kembali pada masa yang akan datang. (Cole dan Scott, 2008)		REV1	Saya akan mengunjungi Saung Angklung Udjo kembali pada masa yang akan datang	Cole dan Scott (2008)	<i>Likert 7 points</i>
				REV2	Saya akan mengajak teman-teman untuk mengunjungi kembali Saung Angklung Udjo		
				REV3	Saya akan mengunjungi Saung Angklung Udjo kembali pada saat musim liburan		
6	<i>Intention to Purchase Souvenirs</i>	Reaksi <i>visitor</i> terhadap <i>souvenir</i> atau pembelian dan penggunaan <i>souvenir</i> . Kim dan Littrell (1999)		INT1	Saya akan membeli <i>souvenir</i> di Saung Angklung Udjo		<i>Likert 7 points</i>
				INT2	Saya akan membeli <i>souvenir</i> di Saung Angklung Udjo sebagai hadiah		
				INT3	Saya berminat untuk membeli <i>souvenir</i> ketika saya berkunjung kembali		

3.6 Uji Instrumen Untuk *Pretest*

Pada penelitian ini dilakukan *pretest* kepada 30 responden dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 15.0. Data *pretest* yang dihasilkan kemudian akan di uji validitas dan reliabilitasnya.

3.6.1 Uji Validitas

Peneliti melakukan *pretest* secara *offline* yaitu dengan membagikan kuesioner fisik kepada responden berjumlah 30 kuesioner. Uji instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS *Version* 15.0. Data *pretest* yang telah dikumpulkan kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya.

Uji validitas bertujuan untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen mengukur apa yang mau diukur (Sekaran dan Boungie, 2010:157). Peneliti menggunakan SPSS 15 untuk menguji validitas dari setiap indikator . KMO (Kaise-Meyer-Olkin) dan Bartlett's *test*, *Sig.*, MSA (*Measure of Sampling Adequacy*), dan *Component Matrix* adalah alat ukur untuk mengukur validitas. Untuk menentukan bahwa variabel tersebut adalah valid, maka KMO harus $\geq 0,5$ (Kaiser, 1970) dan *Sig.* harus $< 0,05$ (Hair *et al.*, 2010:104) , MSA harus $\geq 0,5$ (Hair *et al.*, 2010:104) , dan *factor loading* dalam *component matrix* harus $\geq 0,5$ (Hair *et al.*, 2010:117).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen terukur mengukur apa yang ingin diukur (Sekaran dan Bounjie, 2010:157). Peneliti menggunakan SPSS 15 untuk menguji reliabilitas setiap indikator dari variabel. *Cronbach Alpha* merupakan alat ukur untuk mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel, jika *cronbach alpha* nilainya lebih dari 0.7 (Hair *et al.*, 2010:126).

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan SEM untuk melakukan analisis terhadap data penelitian. SEM dipilih karena dalam penelitian ini ingin mengetahui hubungan structural antara beberapa variabel laten. *Structural Equation Model* (SEM) merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda (yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen) dan analisis faktor yang menyajikan *unmeasured concept factor* dengan *multiple variable* yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair *et al.*, 2010:616). Salah satu program yang dapat digunakan untuk menjalankan SEM adalah AMOS. AMOS mampu menggambarkan dan mengukur hubungan-hubungan antar variabel secara bersamaan melalui *path diagram*.

3.7.1 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah alat analisis statistik yang merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi (Santoso,2007). Sedangkan menurut Hair et al. (2010:616) SEM adalah sebuah statistik model yang mencari penjelasan hubungan antara banyak variabel. Teori dan model dalam ilmu sosial dan perilaku umumnya diformulasikan menggunakan konsep-konsep teoritis atau konstruk-konstruk yang tidak dapat diukur atau diamati secara langsung. Dari pernyataan diatas menimbulkan dua permasalahan dasar yang berhubungan dengan usaha untuk membuat kesimpulan ilmiah yaitu masalah pengukuran dan masalah hubungan kausal antara variabel. Isi sebuah model SEM terdiri dari:

1. Variabel Laten (*Unobserved variable*) dan variabel teramati (*observed variable, indicator*).
2. Variabel laten eksogen dan variabel laten endogen.
3. Kecocokan model, model pengukuran dan model struktural.
4. Kesalahan pada model pengukuran dan kesalahan pada model struktural.

3.7.2 Tahap Dalam Prosedur SEM

Pada penelitian ini teknik pengolahan data SEM dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Adapun prosedur dalam CFA yang membedakan dengan *Exploratory Factor Analysis (EFA)* adalah model penelitian

dibentuk terlebih dahulu, jumlah variabel ditentukan oleh analisis, pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel indikator dapat ditetapkan sama dengan nol atau suatu konstanta, kesalahan pengukuran boleh berkorelasi, kovarian variabel-variabel laten dapat diestimasi atau ditetapkan pada nilai tertentu dan identifikasi parameter diperlukan (Wijanto, 2008:25).

3.7.2.1 Spesifikasi Model

SEM dimulai dengan pembentukan model awal persamaan structural sebelum dilakukan estimasi. Model awal ini diformulasikan berdasarkan suatu teori atau penelitian sebelumnya. Melalui langkah dibawah ini, peneliti dapat memperoleh model yang diinginkan:

3.7.2.1.1 Spesifikasi Model Pengukuran

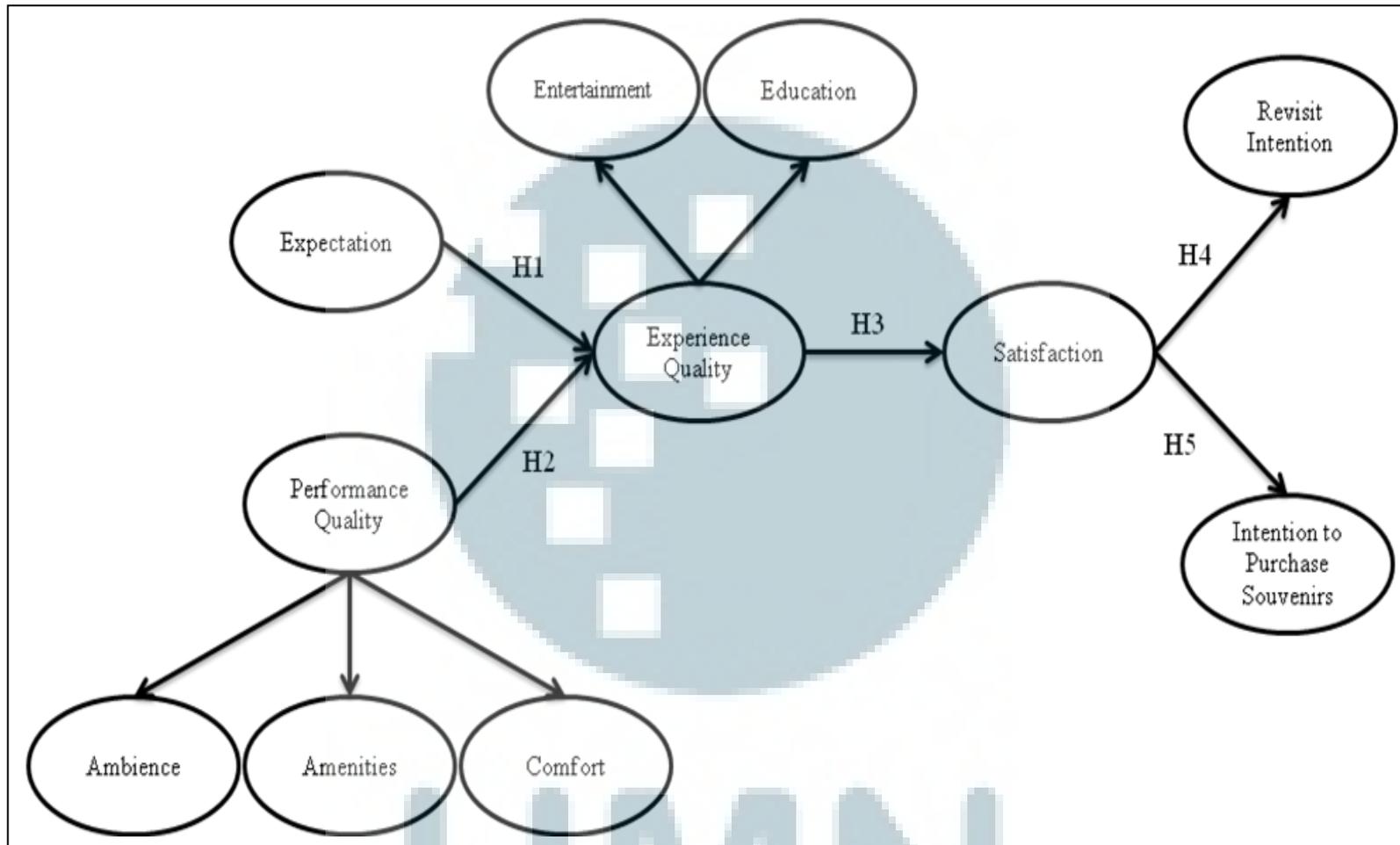
Pada penelitian ini terdapat variabel-variabel laten, yaitu *expectation*, *performance quality*, *experience quality*, *satisfaction*, *revisit intention* dan *intention to purchase souvenirs*. Dari variabel laten tersebut dibedakan menjadi variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *expectation*, *performance quality* yang memiliki 3 dimensi, yaitu *ambience*, *amenities*, dan *comfort*. Sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah *experience quality* yang memiliki 2 dimensi yaitu *entertainment* dan *education*, *satisfaction*, *revisit intention*, dan *intention to purchase souvenirs*. Dalam penelitian ini terdapat 38 variabel teramati (indikator), yang diwakili oleh 38 pertanyaan pengukuran.

3.7.2.1.2 Spesifikasi Model Struktural

Model Struktural menggambarkan hubungan-hubungan antara variabel laten. Dalam uji Hipotesa dapat diterima apabila nilai P pada tabel *Regression Weights* $< 0,05$ Hair *et al.*, (2010) dan Santoso (2012:145).

Model penelitian terdapat dihalaman selanjutnya.



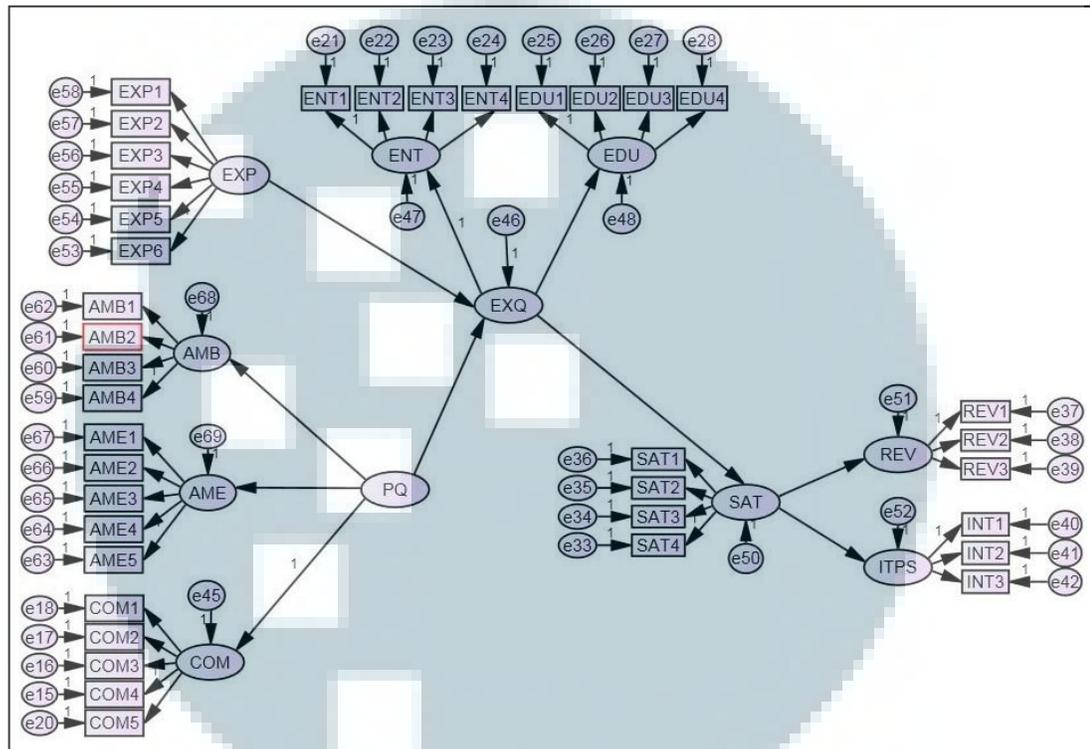


Gambar 3.13 Model Penelitian

Sumber: Rojas dan Camarero (2007), Cole dan Scott (2008)

3.7.2.1.3 Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Gabungan dari Variabel Laten dan Variabel Teramati yang terkait digambarkan dengan diagram jalur atau *path diagram* di bawah ini:



Gambar 3.14 *Path Diagram*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

3.7.2.2 Identifikasi

Sebelum melakukan estimasi dari model yang akan diteliti, perlu dilakukan pemeriksaan identifikasi dari model yang akan diteliti. Terdapat 3 kategori identifikasi menurut Wijanto (2008:39), Hair *et al.*, (2010:676), yaitu :

3.7.2.2.1 *Under Identified*

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *under identified* jika *degree of freedom* adalah negatif (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan *under identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.

3.7.2.2.2 *Just Identified*

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *just identified* jika *degree of freedom* adalah 0 (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan *just identified*, maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.

3.7.2.2.3 *Over Identified*

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *over identified* jika *degree of freedom* adalah positif (Wijanto, 2008:39). Ketika model *over identified*, maka estimasi dan penilaian dapat dilakukan. *Degree of freedom* dapat dihitung dengan cara jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini, hasil *degree of freedom* adalah (741-86): 655. Karena *degree of freedom* positif, maka model penelitian ini adalah *over identified*, sehingga estimasi dan penilaian dapat dilakukan.

3.7.2.3 Estimasi

Estimasi dilakukan untuk memperoleh nilai dari parameter-parameter yang ada di dalam model. Untuk mengetahui kapan estimasi cukup baik, maka diperlukan fungsi yang diminimaliskan melalui estimator *maximum likelihood*. Bentler dan Chou dalam Wijanto (2008:46), menyarankan bahwa paling rendah rasio 5 responden per variabel teramati. Berdasarkan pernyataan tersebut maka ukuran sampel yang diperlukan untuk estimasi ML adalah minimal 5 responden untuk setiap variabel teramati yang ada di dalam model. Dalam penelitian ini terdapat 38 variabel teramati, maka diperlukan minimal 190 responden untuk estimasi ML.

3.7.2.4 Uji Kecocokan

Pada uji kecocokan, peneliti memeriksa tingkat kecocokan antara data dengan model. Evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan (Wijanto, 2008:49), yaitu:

1. Kecocokan keseluruhan model (*Overall model fit*)
2. Kecocokan model pengukuran (*Measurement model fit*)
3. Kecocokan model struktural (*Structural model fit*)

3.7.2.4.1 Kecocokan Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Tahap awal dari uji kecocokan ini ditunjukkan untuk mengevaluasi secara umum kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) antara data dengan model. Pada halaman berikut ini adalah tabel pengukuran kecocokan.

Tabel 3.2 Ukuran Kecocokan GOF *absolute*

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Statistic Chi-Square</i> (X^2) P	Nilai yang kecil $p > 0.05$	<i>Good Fit</i>
<i>Non-Centraly Parameter</i> (NCP)	Nilai yang kecil Interval yang sempit	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index</i> (GFI)	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	$SRMR \leq 0.05$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.05$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Expected Cross-Validation Index</i> (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:61

Tabel 3.3 Ukuran Kecocokan GOF *incremental*

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>		
<i>Tucker- Lewis Index</i> atau <i>Non-Normsed Fit Index</i> (TLI atau NNFI)	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Normsed Fit Index</i> (NFI)	$NFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index</i> (AGFI)	$AGFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index</i> (RFI)	$RFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	$IFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$IFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Comperative Fit Index</i> (CFI)	$CFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:62

Tabel 3.4 Ukuran Kecocokan GOF *parsimonius*

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Parsimonius Fit Measure</i>		
<i>Parsimonius Goodness of Fit Index</i> (PGFI)	PGVI ≥ 0.50	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion</i> (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion</i> (CAIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:62

3.7.2.4.2 Kecocokan Model Pengukuran

Evaluasi atau uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap konstruk atau hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati / indikator melalui evaluasi terhadap validitas dan evaluasi terhadap reliabilitas

1. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran:

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variable latennya, jika muatan faktor standarnya (*standardized factor loading*) ≥ 0.70 atau ≥ 0.50 .

2. Evaluasi terhadap reliabilitas (*reliability*) dari model pengukuran:

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator - indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Untuk mengukur reliabilitas

dalam SEM dapat menggunakan ukuran reliabilitas komposit (*composite reliability measure*), dan ukuran ekstrak varian (*variance extracted measure*) dengan perhitungan sebagai berikut:

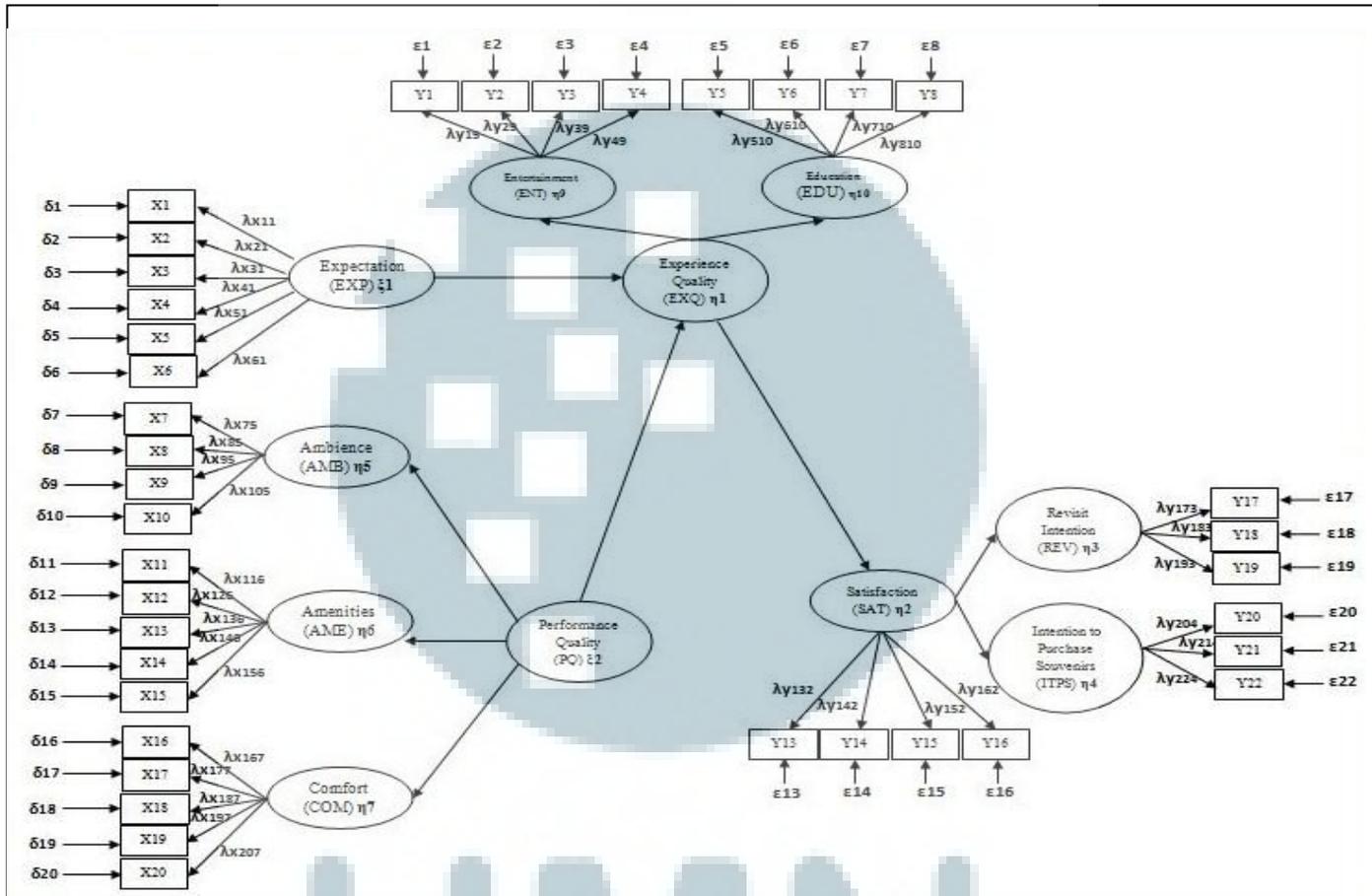
$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e}$$

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

Hair *et al.*, dalam Wijanto (2008:66), menyatakan bahwa sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai dari *Construct Variabel* $\geq 0,5$

3.7.2.4.3 Kecocokan Model Struktural

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang diestimasi di mana peneliti bisa mengetahui signifikansi koefisien yang mewakili hubungan kausal yang mewakili hubungan kausal yang dihipotesiskan.



Gambar 3.15 Model Struktural

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014