

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

KFC dikenal dengan slogannya yaitu “*Jagonya ayam*”. KFC Indonesia berada dalam naungan PT Fast Food Indonesia yang merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang ritel *fast food*. Total gerai yang dimiliki KFC di Indonesia per Desember 2020 mencapai 738 gerai (Voi, 2020). Salah satu gerai KFC dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Salah Satu Gerai KFC di Indonesia

Sumber: Sandi, 2020

Dengan melihatnya tren sekarang makan KFC hadir dengan konsep baru dengan dibukanya gerai KFC *Naughty by Nature* yang baru diresmikan pada 16 Oktober 2020. KFC *Naughty by Nature* berlokasi di Jl. Senopati No. 24, Senopati, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Restoran ini beroperasi setiap hari mulai pukul 10:00 hingga 21:00 di hari Senin sampai Kamis dan pukul 07:00 hingga 21:00 pada hari Jumat dan Sabtu. Pada konsep yang baru ini KFC *Naughty by Nature* menawarkan suasana *cozy*, kekinian, dan mewah ala *lifestyle dining* yang bertujuan untuk membuat *customer* merasa nyaman untuk kumpul bersama keluarga dan

teman. Selain mengusung konsep baru, KFC *Naughty by Nature* menawarkan menu yang berbeda dari pada menu-menu mereka di gerai KFC umumnya. Disini *customer* ditawarkan dengan makanan-makanan sehat namun tidak menghilangkan *taste junk food* pada makanannya. Maka dari itu KFC *Naughty by Nature* memiliki tagline *Pleasure without Guilt*.



Gambar 3.2 Tampak Depan Restoran KFC *Naughty by Nature*

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Gambar 3.2 merupakan tampak depan restoran KFC *Naughty by Nature*, dengan menerapkan desain alam maka didominasi dengan kayu yang berwarna coklat dan adanya tanaman di dinding.



Gambar 3.3 *Outdoor* Restoran KFC *Naughty by Nature*

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Gambar 3.3 merupakan *outdoor* restoran KFC *Naughty by Nature* yang tersedia. *Outdoor* ini untuk *customer* yang ingin menikmati angin segar sembari menikmati hidangan dan berbincang dengan teman atau keluarga



Gambar 3.4 *Indoor Restoran KFC Naughty by Nature*

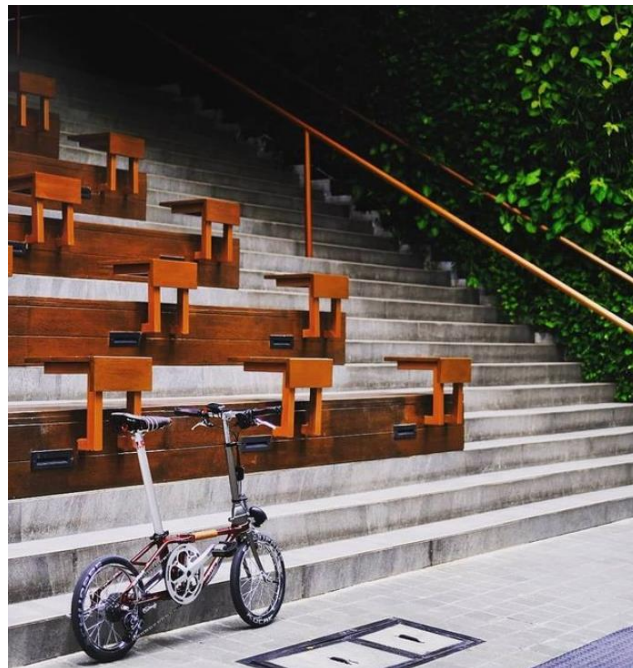
Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Gambar 3.4 menunjukkan suasana ruangan *indoor* dari KFC *Naughty by Nature*. dengan menggunakan konsep industrial dan alam. Ruangannya didominasi dengan warna kayu disertai adanya tanaman yang ditempatkan di ruangan.



Gambar 3.5 Outdoor Depan Restoran KFC Naughty by Nature

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020



Gambar 3.6 Detail Outdoor Depan Restoran KFC Naughty by Nature

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Pada gambar 3.5 dan gambar 3.6 merupakan penampakan detail *outdoor* depan restoran KFC *Naughty by Nature*. Tempat ini biasanya digunakan oleh pesepeda untuk duduk istirahat sembari menikmati hidangan KFC *Naughty by Nature* dan berinteraksi dengan pesepeda lainnya.



Gambar 3.7 *Open Kitchen KFC Naughty by Nature*

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Pada gambar 3.7 menunjukkan konsep *open kitchen* yang diterapkan oleh KFC *Naughty by Nature*. Konsep ini diterapkan agar *customer* dapat melihat secara langsung proses makanan yang akan dihidangkan.



Gambar 3.8 Salad KFC *Naughty by Nature*

Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020



Gambar 3.9 Menu KFC *Naughty by Nature*

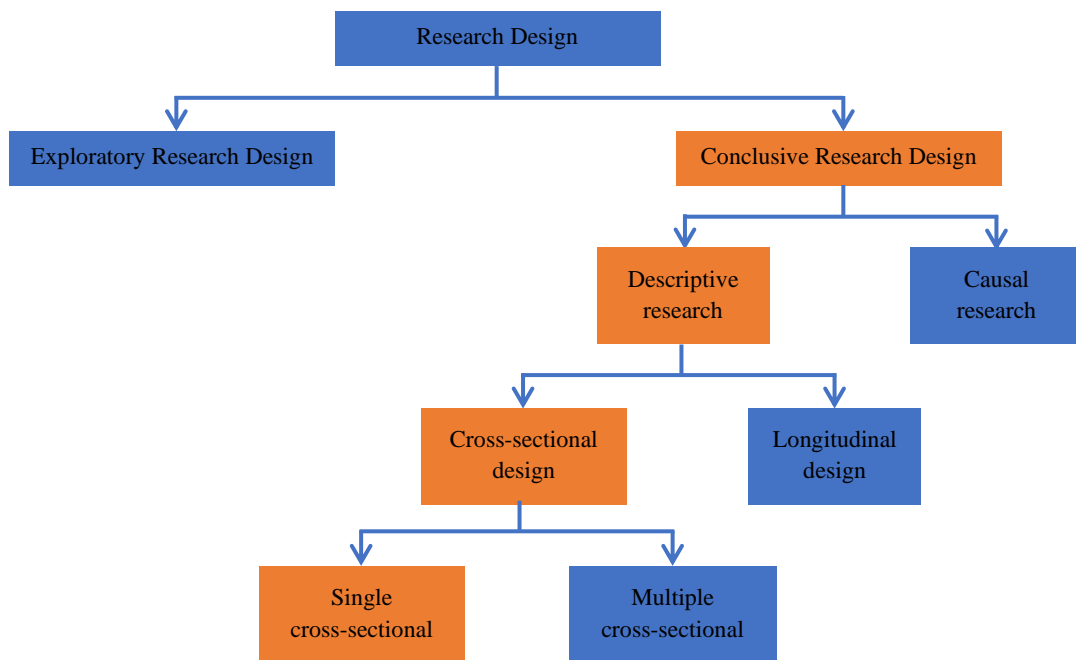
Sumber: Instagram @naughtybynaturekfc, 2020

Gambar 3.8 dan gambar 3.9 merupakan contoh menu yang ada dalam KFC *Naughty by Nature*. Jika KFC biasa hanya menyediakan ayam, di KFC *Naughty by Nature* customer dapat menikmati salad dan menu-menu variatif lainnya bersama dengan ayam andalan dari KFC.

3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka untuk melaksanakan riset pemasaran yang menjelaskan prosedur apa saja yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam menyelesaikan permasalahan (Malhotra, 2010).

Menurut Malhotra (2010) desain penelitian dibagi menjadi dua, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*, hal ini dapat dilihat pada gambar 3.10.



Gambar 3.10 Desain Penelitian

Sumber: Malhotra, 2010

Exploratory research design digunakan untuk menambah wawasan dan pemahaman dari fenomena yang dihadapi oleh peneliti. Sedangkan *conclusive research design* digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dan mencari hubungan antar variabel yang akan diuji (Malhotra, 2010). Table 3.1 di bawah ini menunjukkan perbedaan antara *exploratory research design* dan *conclusive research design* menurut Malhotra (2010).

Tabel 3.1 Perbedaan *exploratory* dan *conclusive research design*

	<i>Exploratory Research Design</i>	<i>Conclusive Research Design</i>
<i>Objective</i>	Digunakan untuk memberikan pandangan dan pemahaman	Digunakan untuk menguji hipotesis dan hubungan antar variabel
<i>Characteristics</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang dibutuhkan didefinisikan secara bebas - Proses <i>research</i> yang dilakukan fleksibel dan tidak terstruktur - Jumlah sample sedikit dan tidak representatif - Analisa data primary dilakukan secara kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang dibutuhkan jelas - Proses <i>research</i> dilakukan dengan formal dan terstruktur - Jumlah sample banyak dan representatif - Analisa data dilakukan secara kuantitatif
<i>Finding</i>	<i>Tentative</i>	<i>Conclusive</i>
<i>Outcome</i>	Pada umumnya hasil penelitian digunakan	Hasil penelitian diterapkan sebagai input

	dalam <i>exploratory</i> atau <i>conclusive research</i>	dalam pengambilan keputusan
--	---	--------------------------------

Conclusive research design diklasifikasikan menjadi dua tipe, yaitu *descriptive research* dan *causal research*. *Descriptive research* digunakan untuk menjelaskan suatu hal. Menurut Malhotra (2010) *descriptive research* dibagi lagi menjadi dua kelompok yaitu:

- a. *Cross-sectional design* merupakan *design* yang sering digunakan dalam penelitian. *Cross-sectional design* ini di bagi dua yaitu *single cross-sectional design* dan *multiple cross-sectional designs*. *Single cross-sectional design* dilakukan dengan proses pengambilan data responden hanya dilakukan satu kali ke satu kelompok sample yang sama. Sedangkan *multiple cross-sectional design* dilakukan dengan satu kali proses pengambilan data responden tetapi ke kelompok sample yang berbeda.
- b. *Longitudinal design* merupakan *design* penelitian yang mengumpulkan informasi atau data secara berulang dari waktu ke waktu dengan tujuan mengukur perkembangan perilaku dengan sample yang sama.

Sedangkan tipe *causal research* biasanya digunakan untuk mengetahui sebab dan akibat hubungan variabel. Bertujuan untuk memahami variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dari suatu fenomena, menentukan sifat dari hubungan antar variabel sebab akibat dan menguji hipotesis yang diduga oleh peneliti. Table 3.2 di bawah ini merupakan perbedaan *descriptive research* dan *causal research* menurut Malhotra (2010):

Tabel 3.2 Perbedaan *descriptive* dan *causal research*

	<i>Descriptive Research</i>	<i>Causal Research</i>
<i>Objective</i>	Mendeskripsikan karakteristik dan fungsi market	Menjelaskan sebab-akibat hubungan variabel
<i>Characteristics</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ditandai dengan rumusan hipotesis tertentu - Design sebelumnya direncanakan dan terstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> - Memanipulasi satu atau lebih variabel independent - Mengukur pengaruhnya terhadap variabel dependen - Control variabel mediasi lainnya
<i>Methods</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Secondary data</i>: analisis kuantitatif - <i>Surveys</i> - <i>Panels</i> - Observasi dan data lainnya 	Eksperimen

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *descriptive research design* untuk menggambarkan dan menjelaskan sebuah fenomena yang terjadi dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *behavioral intention* dari customer KFC *Naughty by Nature*. jenis *descriptive research design* yang digunakan dalam penelitian ini adalah single cross-sectional design yaitu

dimana peneliti mengumpulkan data responden hanya sebanyak sekali ke kelompok sample yang sama. Pengumpulan data ini dilakukan satukali dengan menyebarkan kuisisioner kepada orang-orang yang pernah makan dan mengunjungi KFC *Naughty by Nature* melalui social media Instagram, What's App, dan Line.

3.3 Prosedur Penelitian

3.3.1 Periode Penelitian

Peneliti memulai melaksanakan penelitian ini selama kurang lebih empat bulan terhitung dari Februari 2021 hingga Mei 2021 yang mencakup proses pencarian objek penelitian, fenomena penelitian, perumusan masalah, pengumpulan dan pengolahan data hingga kesimpulan dan saran yang di peroleh dari penelitian ini untuk memberi masukan untuk KFC *Naughty by Nature*.

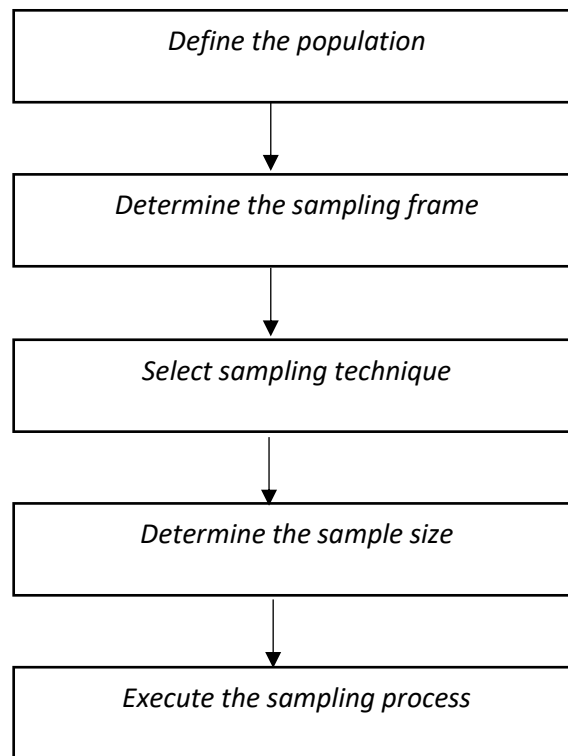
3.3.2 Pengumpulan Data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang berasal dari peneliti dengan tujuan mengatasi masalah yang dihadapi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan guna untuk memenuhi tujuan selain masalah yang dihadapi.

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan mencari data sekunder dari artikel, jurnal, dan buku sebagai data yang dapat mendukung fenomena penelitian ini. Selain itu penulis juga menggunakan data primer melalui kuisisioner yang peneliti sebarakan secara *online* dengan menggunakan *google form* sebagai media untuk menyebarkan kuisisioner dengan link <https://forms.gle/8X8qfPnQC4HZqf248>. Kemudian peneliti menyebarkan melalui social media Instagram, What's App, dan Line.

3.3.3 Proses Penelitian

Pada gambar 3.11 Dapat dilihat proses *sampling design*. Proses sampling menurut Malhotra (2010) terbagi menjadi 5 proses yaitu:



Gambar 3.11 Proses *sampling design*

Sumber: Malhotra (2010)

Adapun penjabaran dari gambar 3.11 di atas adalah sebagai berikut:

- a. *Define the target population* merupakan kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari atau dibutuhkan oleh peneliti dan kesimpulan yang akan dibuat. Peneliti harus dapat menentukan target populasi secara tepat.
- b. *Determine the sampling frame* merupakan representasi dari elemen populasi sasaran yang terdiri dari daftar ataupun serangkaian arahan yang digunakan untuk mengidentifikasi populasi target.
- c. *Select a sampling technique*, diproses ini peneliti harus memutuskan akan menggunakan pendekatan sample apa yang harus digunakan dalam penelitian ini, melalui pendekatan sample Bayesian atau tradisional. Mengambil sample dengan atau tanpa pengganti dan

menggunakan sampling nonprobabilitas atau pengambilan sample probabilitas.

- d. *Determine the sample size* merupakan jumlah elemen yang akan dimasukan di dalam penelitian.
- e. *Execute the sampling proses*, dalam proses ini diperlukan spesifikasi yang rinci mengenai keputusan *sampling design* berkaitan dengan populasi, *sampling unit*, Teknik sampling dan ukuran sample.

Dalam melakukan penelitian ini, prosedur penelitian yang dilalui yaitu:

- a. Mengumpulkan berbagai literatur yang diperlukan, berkaitan, dan mendukung dengan penelitian ini.
- b. Mencari model penelitian serta menyusun hipotesis penelitian.
- c. Menyusun *draft* kuisisioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data.
- d. Melakukan pretest dengan menyebar kuisisioner kepada 40 orang responden dengan kriteria pria dan wanita berusia 17-37 tahun, berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, bersedia mengeluarkan anggaran untuk makan di luar Rp100.001 hingga Rp200.001 ke atas. Selain itu, orang yang menyukai *fast food* namun tetap memperhatikan makanan yang dikonsumsi adalah makanan yang sehat, mengetahui KFC *Naughty by Nature*, pernah makan *dine in*, mengunjungi KFC *Naughty by Nature* dalam 6 bulan terakhir, dan tidak ingin berkunjung dan makan-makanan KFC *Naughty by Nature* kembali.
- e. Data yang terkumpul untuk pretest di *screening* dan mendapat 30 data akhir lalu dilanjutkan untuk di Analisa dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Penelitian ini dapat dilanjutkan ke

tahap selanjutnya dengan menyebar kuisioner lebih lanjut untuk mendapat data besar jika hasil pengolahan data di SPSS ersi 26 menunjukkan hasil yang *valid* dan *reliable*.

- f. Jumlah sample ditentukan berdasarkan banyaknya jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuisioner dengan mengasumsikan indikator pertanyaan sebagai n . Maka formula untuk jumlah sample adalah $n \times 5$ sampai dengan $n \times 10$ (Hair et al., 2014). Jumlah sample untuk penelitian ini adalah minimal sebanyak $26 \times 5 = 130$.
- g. Data yang terkumpul akan dianalisis kembali untuk di cek *valid* dan *reliable* serta hasil hubungan antar variabel dengan menggunakan perangkat lunak Lisrel versi 8.8.

3.4 Populasi dan Sample

Menurut Malhotra (2012) populasi adalah kumpulan dari semua elemen yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti guna untuk membuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah *dine in* di KFC *Naughty by Nature*.

3.4.1 Sample Unit

Sample unit merupakan unit yang berisikan unsur dari target populasi yang akan dijadikan *sample unit* (Malhotra, 2010). *Sample unit* pada penelitian ini adalah pria dan wanita berusia 17-37 tahun, menyukai *fast food* tetapi tetap memperhatikan makanan yang dikonsumsi merupakan makanan yang sehat, pernah *dine in* di KFC *Naughty by Nature* dalam 6 bulan terakhir, bersedia mengeluarkan anggaran minimal Rp100,001 per orang untuk sekali makan di restoran.

3.4.2 Sampling Technique

Menurut Malhotra (2012) *Sampling technique* dibagi menjadi 2 kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

1. *Probability sampling*

Probability sampling merupakan suatu prosedur sampling dimana elemen dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sample.

2. *Non-probability sampling*

Non-probability sampling merupakan suatu prosedur sampling yang ditentukan berdasarkan penilaian pribadi peneliti sehingga tidak semua elemen dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sample. Menurut Malhotra (2012) Teknik *non-probability sampling* ini dibagi menjadi empat, yaitu:

a. *Convenience sampling*

Teknik ini merupakan Teknik yang paling memudahkan peneliti karena proses pengambilan sample berdasarkan kenyamanan peneliti. Biasanya responden dipilih tergantung waktu dan tempat yang ditentukan peneliti.

b. *Judgemental sampling*

Teknik ini merupakan bentuk dari *convenience sampling* hanya saja yang membedakan adalah elemen populasi dipilih berdasarkan kriteria tertentu dan adanya penilaian lebih mendalam dari peneliti. Peneliti memilih responden karena menganggap responden tersebut dapat mewakili populasi.

c. *Quota sampling*

Pada Teknik ini peneliti melalui dua proses yaitu peneliti membuat kuota dari elemen populasi. Di tahap ini peneliti menggunakan

judgemental sampling untuk mengidentifikasi kategori seperti usia, jenis kelamin, dan lain-lain. Selanjutnya, peneliti memperkirakan karakteristik ini pada target populasi. Setelah kuota ditentukan baru dilanjutkan ke proses sampling.

d. *Snowball sampling*

Pada teknik ini peneliti melakukan pemilihan sekelompok responden secara acak, dimana peneliti mendapatkan responden baru berdasarkan informasi dari responden sebelumnya. Teknik ini biasanya digunakan untuk topik-topik yang sensitive atau personal.

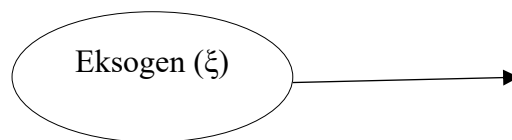
Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* karena tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Serta teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgemental sampling*, dimana peneliti memilih elemen sampling berdasarkan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti dan peneliti menganggap responden tersebut dapat mewakili populasi. Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini antara lain pria dan wanita berusia 17-37 tahun, menyukai *fast food* tetapi tetap memperhatikan makanan yang dikonsumsi merupakan makanan yang sehat, pernah *dine in* di KFC *Naughty by Nature* dalam 6 bulan terakhir, bersedia mengeluarkan anggaran minimal Rp100,001 per orang untuk sekali makan di restoran, dan tidak berencana untuk kembali ke KFC *Naughty by Nature*.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Structural Equation Model (SEM) merupakan model *statistic* yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Dalam prosesnya model ini memeriksa keterkaitan struktur yang dinyatakan dengan persamaan *multiple regression*. Persamaan ini menggambarkan hubungan variabel konstruk yang terlibat dalam penelitian. Variabel konstruk adalah variabel dependen dan independen.

3.5.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan ekuivalen *multi-item laten* dari variabel independen (Hair *et al*, 2014). Variabel eksogen ini dipengaruhi oleh factor diluar model namun dapat dianggap mempunyai pengaruh terhadap variabel di dalam model, variable ini merupakan variabel independent yang dapat berdiri sendiri. Variabel laten eksogen dilambangkan dengan huruf Yunani yaitu ξ yang disebut dengan “ksi”. Pada penelitian ini, variabel eksogen ditunjukkan pada *food quality*, *service quality* dan *physical environment*. Gambar 3.12 di bawah ini menunjukkan gambar variabel eksogen.

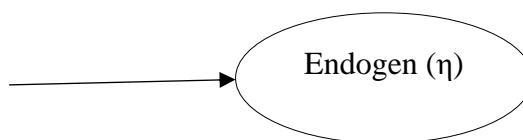


Gambar 3.12 Variabel Eksogen

Sumber: Hair et al. (2014)

3.5.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan ekuivalen *multi-item laten* dari variabel dependen (Hair *et al*, 2014). Menurut Malhotra (2010) variabel endogen ditentukan oleh variabel yang ada pada model dan memiliki ketergantungan terhadap variabel lainnya (dependen). Variabel endogen dilambangkan dengan huruf Yunani yaitu η yang disebut “eta”. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* dan *behavioral intention*. Gambar 3.13 Merupakan gambar variabel endogen.



Gambar 3.13 Variabel Endogen

Sumber: Hair et al. (2014)

3.5.3 Variabel Teramati

Variabel teramati digunakan sebagai indikator konstruk laten yang disebut sebagai *manifest variable* (Hair et al., 2014). Variabel teramati merupakan variabel yang dapat diukur untuk pertanyaan yang diperoleh dari responden yang menjawab pertanyaan dalam kuisioner yang diberikan oleh peneliti. Pada penelitian ini terdapat 26 indikator pertanyaan yang tertera di kuisioner yang disebarkan peneliti kepada responden.

3.6 Definisi Operasional Variabel.

Definisi operasional variabel penelitian ini disusun berdasarkan teori dari berbagai sumber jurnal maupun literatur yang penulis cari. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran variabel *likert scale 7*, dimana angka 1 menunjukkan pernyataan sangat tidak setuju dan angka 7 menunjukkan pernyataan sangat setuju. Table 3.3 di bawah ini menunjukkan table operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel

No	Variable	Definisi Variable	Indicator	Measurement	Kode	Scalling Techniques
1	<i>Food Quality</i>	Sesuatu yang layak untuk di konsumsi dengan mencakup faktor suhu makanan, rasa dan kesegaran makanan, serta tampilan makanan (Canny, 2014)	The restaurant served tasty food (Canny, 2014)	KFC Naughty by Nature menyajikan makanan yang lezat	FQ1	Likert 1-7
			The food was nutritious (Kisang,	KFC Naughty by Nature menyajikan	FQ2	Likert 1-7

			Hye&Woo,2012)	makanan yang sehat		
			The restaurant offered a variety of menu items (Kisang, Hye&Woo,2012)	KFC Naughty by Nature menyajikan variasi makanan yang beragam	FQ3	Likert 1-7
			The restaurant served fresh food (Canny,2014)	KFC Naughty by Nature menyajikan makanan yang dimasak saat pesanan diterima	FQ4	Likert 1-7
			The food presentation was visually attractive (Kisang, Hye&Woo,2012)	Cara penyajian makanan di KFC Naughty by Nature terlihat menarik	FQ5	Likert 1-7
			The food was served at the appropriate temperature (Canny,2014)	Suhu makanan yang disajikan KFC Naughty by Nature sudah tepat	FQ6	Likert 1-7
2	<i>Service Quality</i>	Kemampuan berinteraksi antara karyawan dengan <i>customer</i> melalui kemampuan	The restaurant served tasty food (Canny, 2014)	Staff KFC Naughty by Nature menyajikan makanan sesuai	SQ1	Likert 1-7

		restoran dalam melayani dengan tepat dan akurat, kepedulian dan perhatian karyawan terhadap setiap customer, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan berpenampilan profesional untuk menghasilkan kepuasan customer (Canny, 2014)		dengan yang saya pesan		
			The restaurant employees were neat and well dressed (Canny,2014)	Staff KFC Naughty by Nature menggunakan pakaian yang bersih	SQ2	Likert 1-7
			The restaurant employees were neat and well dressed (Canny,2014)	Staff KFC Naughty by Nature berpakaian dengan rapi	SQ3	
			Employees provide prompt and quick service (Kisang, Hye&Woo,2012)	Staff KFC Naughty by Nature melayani saya dengan baik	SQ4	Likert 1-7
			Employees are always willing to help me (Kisang,	Staff KFC Naughty by Nature selalu	SQ5	Likert 1-7

			Hye&Woo,2012)	bersedia membantu saya ketika memesan makanan		
			Employees made me feel comfortable in dealing with them (Kisang, Hye&Woo,2012)	Staff KFC Naughty by Nature membuat saya nyaman berinteraksi dengan mereka	SQ6	Likert 1-7
3	<i>Physical Environment</i>	Faktor physical Environment meliputi fungsi restoran, ruang, warna desain, pencahayaan dan musik sebagai stimulus penting dalam menyantap makanan (Canny, 2014)	The facility layout allows me to move around easily (Canny,2014)	Tata letak dalam ruangan KFC Naughty by Nature memungkinkan saya untuk bergerak lebih mudah	PE1	Likert 1-7
			The interior design is visually attractive (Canny,2014)	Saya merasa Desain interior KFC Naughty by Nature menarik	PE2	Likert 1-7
			The restaurant used colors that create a sense of pleasant ambience (Canny,2014)	Menurut saya KFC Naughty by Nature menggunakan warna yang menciptakan suasana yang nyaman	PE3	Likert 1-7

			Lighting create a comfortable atmosphere (Canny,2014)	Tata cahaya pada KFC Naughty by Nature membuat atmosfer terasa nyaman	PE4	Likert 1-7
			The dining areas are thoroughly clean (Kisang, Hye&Woo,2012)	Menurut saya ruangan KFC Naughty by Nature bersih	PE5	Likert 1-7
			The background music is pleasing (Kisang, Hye&Woo,2012)	Musik yang diputar di KFC Naughty by Nature menyenangkan	PE6	Likert 1-7
4	<i>Customer Satisfaction</i>	Sebagai tingkat kepuasan secara keseluruhan yang dirasakan oleh <i>customer</i> , sebagai hasil dari kemampuan memberikan <i>service</i> untuk memenuhi keinginan, ekspektasi dan kebutuhan <i>customer</i> yang berkaitan dengan jasa (Hellier <i>et al.</i> , 2003)	I really enjoyed myself at this restaurant (Canny,2014)	Saya menikmati suasana KFC Naughty by Nature	CS1	Likert 1-7
			Overall, this restaurant puts me in a good mood (Kisang,	KFC Naughty by Nature membuat	CS2	Likert 1-7

			Hye&Woo,2012)	suasana hati saya baik		
			I am pleased to have visited this restaurant (Canny, 2014)	Saya merasa senang telah mengunjungi KFC Naughty by Nature	CS3	Likert 1-7
				Saya merasa puas dengan pelayanan Staff KFC Naughty by Nature	CS4	
5	<i>Behavioral Intention</i>	Niat untuk membeli kembali, kesediaan datang kembali, merekomendasikan, dan menyebarkan ucapan positif mengenai produk (Jang dan Ha, 2012)	I would like to come back to this restaurant in the future(Canny, 2014)	Saya akan kembali datang membeli ke KFC Naughty by Nature dalam waktu dekat	BI1	Likert 1-7
			I would recommend this restaurant to my friends or others (Canny, 2014)	Saya akan merekomendasikan KFC Naughty by Nature ke teman-teman saya	BI2	Likert 1-7
			I would say positive things about this restaurant to others (Canny, 2014)	Saya akan mengatakan hal yang positif tentang KFC Naughty by Nature	BI3	Likert 1-7
			I would encourage others to visit	Saya akan meyakinkan teman-teman	BI4	Likert 1-7

			this restaurant (Kisang, Hye&Woo,2012)	saya untuk mengunjungi KFC Naughty by Nature		
--	--	--	--	--	--	--

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran sejauh mana alat ukur dapat mewakili karakteristik yang terdapat dalam fenomena yang diteliti sebuah penelitian. Semakin tinggi angka validitas maka semakin tinggi pula tingkat sah sebuah penelitian, Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji faktor analisis yang merupakan prosedur yang digunakan untuk mereduksi dan memeringkas data (Malhotra, 2010). Menurut Hair *et al* (2014) faktor analisis digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel dalam jumlah yang besar. Faktor analisis juga digunakan untuk melihat korelasi antar indikator, apakah indikator tersebut dapat mewakili sebuah variabel laten dan apakah data yang didapatkan sudah *valid* dan *reliable*. Menurut Malhotra (2010) dan Hair *et al* (2014) ada beberapa syarat agar penelitian dapat dikatakan valid, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3.4 di bawah ini.

Table 3.4 Syarat ukuran validitas

No.	Ukuran Validitas	Syarat Nilai
1.	<p><i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)</i> <i>Measure of Sampling Adequacy</i></p> <p>Merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jika $KMO \geq 0,5$ maka menunjukkan bahwa faktor analisis telah memadai dalam hal jumlah sampel. - Jika $KMO \leq 0,5$ maka menunjukkan bahwa factor analisis tidak memadai dalam

		hal jumlah sampel (Malhotra, 2010).
2.	<p><i>Bartlett's test of sphericity</i></p> <p>Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi. Setiap variabel dapat dikatakan berkorelasi sempurna dengan dirinya sendiri dengan nilai $r=1$ atau tidak memiliki korelasi dengan variabel lainnya dengan nilai $r=0$</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jika nilai signifikan menunjukkan $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antar variabel (Malhotra, 2010).
3.	<p><i>Anti-image correlation matrix</i></p> <p>Matriks korelasi parsial antar variabel setelah dilakukan faktor analisis yang mewakili sejauh mana dari setiap indikator untuk menjelaskan satu sama lain dalam hasil kuesioner atau dengan kata lain untuk memprediksi suatu variable memiliki <i>error</i> terhadap variabel lain</p>	<p>Nilai <i>Measure of sampling adequacy (MSA)</i> pada <i>diagonal anti image correlation</i> berkisar antara 0 sampai 1 dengan syarat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nilai $\geq 0,5$ dianggap layak dalam mengukur keseluruhan matriks korelasi dan setiap variabel individu yang layak dengan penerapan <i>factor analysis</i> (Hair et al., 2014).
4.	<p><i>Factor loading of component matrix</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jika nilai <i>factor loading</i> $\geq 0,5$ maka variabel dianggap signifikan (Malhotra 2010).

	Merupakan nilai korelasi antara indikator dengan faktor yang terbentuk.	
--	---	--

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi variabel dengan apa yang sebenarnya diukur (Hair *et al*, 2014). Menurut Malhotra (2010) uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas dari skala yang diukur dengan cara beberapa item dijumlahkan untuk mendapat total nilai. Syarat penelitian dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's alpha* $\geq 0,6$.

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

Structural Equation Model (SEM) adalah Teknik multivariat yang menjelaskan hubungan beberapa variabel dimana model ini dapat memeriksa keterkaitan yang dinyatakan dalam persamaan seperti persamaan *multiple regression*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) guna untuk menganalisis data. Peneliti menggunakan metode SEM ini karena model penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel endogen dan memiliki banyak hubungan structural.

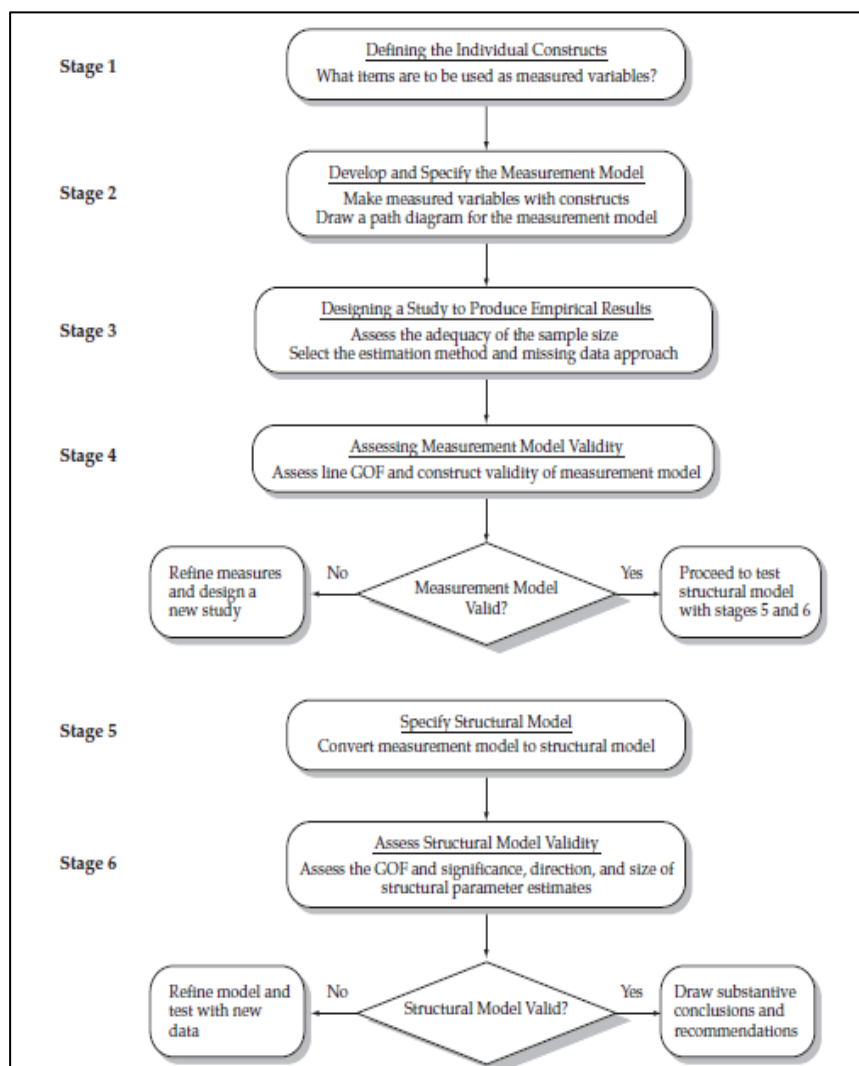
Dalam *Structural Equation Model* (SEM), model penelitian terlebih dahulu dirancang untuk menguji beberapa hipotesis yang dibangun dari teori. Menurut Malhotra (2010) *Structural Equation Model* (SEM) dibagi menjadi dua model, yaitu *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* untuk menunjukkan bagaimana *observed* variabel dapat memrepresentasikan konstruk. Sedangkan *structural model* untuk merepresentasikan teori yang menjelaskan hubungan antar konstruk.

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti mengolah data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan teknik pengolahan data *confirmatory*

factor analysis yang digunakan untuk menguji seberapa baik variabel yang sedang diukur dapat mewakili jumlah konstruk. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak Lisrel versi 8.8.

3.7.3.1 Tahapan Prosedur Structural Equation Model (SEM)

Terdapat enam tahapan proses *Structural Equation Model* (SEM). Gambar 3.14 di bawah ini menunjukkan tahapan prosedur *Structural Equation Model* (SEM).



Gambar 3.14 Tahapan Prosedur *Structural Equation Model* (SEM)

Sumber: Hair et al. (2014)

Di bawah ini merupakan penjelasan singkat mengenai tahapan prosedur *Structural Equation Model* (SEM), yaitu:

- a. Tahap 1: mendefinisikan *individual construct* berdasarkan justifikasi teoritis yang kuat.
- b. Tahap 2: mengembangkan model pengukuran keseluruhan. Pada tahap ini setiap konstruk laten akan dimasukkan ke model, diidentifikasi dan variabel indikator yang diukur dikelompokkan ke dalam konstruk laten.
- c. Tahap 3: merancang studi agar menghasilkan hasil empiris dengan cara menentukan jumlah sample, metode pengukuran dan *missing data approach*.
- d. Tahap 4: melakukan penilaian validitas *measurement model* dengan menggunakan dasar nilai *goodness of fit* (GOF).
- e. Tahap 5: menentukan structural model, dalam tahap ini peneliti mengidentifikasi hubungan antar variabel yang dihipotesiskan.
- f. Tahap 6: menilai validitas *structural model*

3.7.3.2 Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Fit)

Menurut Hair *et al* (2014) *Goodness of fit* (GOF) merupakan indikator yang menunjukkan seberapa baik model yang diakai dapat mereproduksi *observed covariance matrix* diantara *item* indikator seperti kesamaan *covariance* yang diamati dan diperkirakan. Uji kecocokan model menurut Hair *et al* (2014) dibagi menjadi tiga klasifikasi yaitu:

- a. *Incremental fit indices* merupakan uji penilaian seberapa baik model yang diperkirakan (*null model*) apakah sesuai dengan beberapa model dasar alternatif

- b. *Absolute fit indicates* merupakan pengukuran langsung model yang telah ditentukan peneliti. Hal yang diukur adalah matriks korelasi dan kovarian.
- c. *Parcimonious fit measures* digunakan untuk mengukur kesederhanaan model. Memberikan informasi mengenai model yang paling baik di antara model-model lainnya dengan mempertimbangkan kesesuaian pada tingkat kompleksitasnya.

Tabel 3. 5 di bawah ini menunjukkan nilai acuan *Goodness of Fit*.

Tabel 3.5 Nilai Ncuan *Goodness of Fit*.

<i>Fit Indices</i>	<i>Cut Off Value for Goodness of Fit (GOF) Indices</i>					
	N<250			N>250		
	m≤12	12<m<30	m≥30	m≤12	12<m<30	m≥30
<i>Absolute fit indices</i>						
χ^2	<i>Insignificant p-values expected</i>	<i>Significant p-values even with good fit</i>	<i>Significant p-values expected</i>	<i>Insignificant p-values even with good fit</i>	<i>Significant p-values expected</i>	<i>Significant p-values expected</i>
RMSEA	<i>Values <0.08 with CFI ≥0.97</i>	<i>Values <0.08 with CFI ≥0.95</i>	<i>Values <0.08 with CFI >0.92</i>	<i>Values <0.07 with CFI ≥0.97</i>	<i>Values <0.07 with CFI ≥0.92</i>	<i>Values <0.07 with CFI ≥0.90</i>
SRMR	<i>Biased upward, use other indices</i>	<i>≤0.08 (with CFI ≥0.95)</i>	<i><0.09 (with CFI >0.92)</i>	<i>Biased upward; use other indices</i>	<i>≤0.08 (with CFI >0.92)</i>	<i>≤0.08 (with CFI >0.92)</i>
<i>Incremental fit indices</i>						

RNI	May not diagnose misspecification well	≥0.95	>0.92	≥0.95, not used with N>1000	>0.92, not used with N>1000	>0.90, not used with N>1000
CFI or TLI	≥0.97	≥0.95	>0.92	≥0.95	≥0.92	>0.90
Parsimony fit indices						
PNFI	0≤PNFI≤1, relatively high values represent relatively better fit					

Sumber: Hair et al. (2014)

3.7.3.4 Measurement Model Fit

Confirmatory factor analysis memungkinkan peneliti untuk menguji teori pengukuran. Teori pengukuran ini menentukan bagaimana variabel dapat diukur secara logis dan sistematis sehingga dapat mewakili konstruk yang terlibat dalam model.

Suatu variabel dapat dikatakan valid terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai *standardized loading factor* (SLF) ≥ 0.5 dan nilai *t-value* $\geq 1,96$. Sedangkan suatu variabel dapat dikatakan *reliable* jika nilai *construct reliability* ≥ 0.7 dan *variance extracted* ≥ 0.5 (Hair et al, 2014). Perhitungan *construct reliability* dan *variance extracted* adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized loading factor})^2}{(\sum \text{Standardized loading factor})^2 + (\sum \text{error})}$$

$$\text{Variance extracted} = \frac{\sum \text{Standardized loading factor}^2}{\sum \text{Standardized loading factor}^2 + (\sum \text{error})}$$

3.7.3.5 Structural Model Fit

Menurut Hair *et al* (2014) *structural model* merupakan sekumpulan hubungan yang memiliki ketergantungan yang menghubungkan hipotesis dari konstruk model yang diajukan. Model ini bertugas merepresentasikan keterkaitan variabel antar konstruk. Uji *structural model fit* hanya dapat dilakukan jika *measurement model* telah dinyatakan *valid* dan *acceptable fit*. Persamaan dari *structural model fit* adalah sebagai berikut:

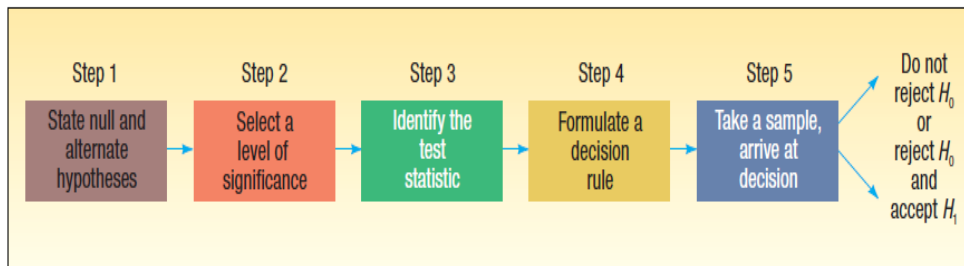
$$\eta = \gamma\xi + \zeta$$

$$\eta = \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Menurut Lind *et al* (2012) pengujian *structural model* mengukur *goodness of fit* dengan syarat:

- a. Satu nilai *absolute fit index* (RMSEA, GFI, atau RSMR)
- b. Satu *badness of fit index* (RMSEA, SRMR, dan lainnya)
- c. Nilai *chi-square* dengan *degree of freedom* (df)
- d. Satu *incremental fit index* (FI atau TLI)
- e. Satu *goodness of fit index* (GFI, TLI, CFI, dan lainnya)

Selanjutnya adalah uji hipotesis dalam mengukur *structural model*. Hipotesis adalah pernyataan mengenai parameter populasi. Sedangkan uji hipotesis merupakan sebuah prosedur yang didasarkan bukti sample dan teori *probability* untuk menentukan hipotesis tersebut merupakan pernyataan yang masuk akal. Prosedur untuk melakukan uji hipotesis dapat dilihat pada gambar 3.15.



Gambar 3. 15 Prosedur Uji Hipotesis

Sumber: Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012)

Penjelasan untuk kelima prosedur uji hipotesis tersebut adalah berikut:

- a. *State the null hypothesis (H0) and alternative hypothesis (H1)*

Null hypothesis merupakan pernyataan yang tidak akan ditolak sampai data sample mendukung keyakinan bahwa pernyataan tersebut salah. Sedangkan *alternative hypothesis* (H1) merupakan kesimpulan jika *null hypothesis* ditolak, H1 diterima jika sample data menunjukkan bukti statistic yang mendukung bahwa *null hypothesis* salah.

- b. *Select a level of significance*

Tingkat signifikan merupakan probabilitas adanya penolakan *null hypothesis* jika terbukti benar. Tingkat signifikan dilambangkan dengan α atau “*alpha*”. Tingkat signifikan juga sering disebut sebagai tingkat resiko yang diambil untuk menolak *null hypothesis* bila terbukti benar.

Null Hypothesis	Researcher	
	Does Not Reject H_0	Rejects H_0
H_0 is true	Correct decision	Type I error
H_0 is false	Type II error	Correct decision

Gambar 3.16 Tipe Kesalahan Uji Hipotesis

Sumber: Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012)

Gambar 3.16 menunjukkan tipe kesalahan uji hipotesis. Dapat dilihat bahwa terdapat dua macam *error* yang mungkin terjadi yaitu *error type I* (α) terjadi ketika menolak *null hypothesis* yang benar dan *error type II* (β) ketika menerima *null hypothesis* yang salah. Pada penelitian ini, level of significance yang dipakai adalah 0.05 atau 5%.

c. *Select the test statistic*

Test statistic merupakan suatu penilaian yang ditentukan oleh informasi sample untuk menentukan keputusan menolak atau menerima *null hypothesis*. Terdapat beberapa macam *test statistic* seperti *test statistic* F, T, Z, dan χ^2 (Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A., 2012). Menurut Malhotra (2010) jika *t-value* lebih besar daripada *critical value* maka *null hypothesis* ditolak, sedangkan jika *t-value* lebih kecil daripada *critical value* maka jangan tolak *null hypothesis*. Pada penelitian ini *test statistic* yang digunakan adalah *test statistic T* (*t-value*).

d. *Formulate the Decision Rule*

Decision rule dalam *statistic test* merupakan sebuah kondisi spesifik dimana pernyataan *null hypothesis* ditolak dan kondisi dimana *null hypothesis* tidak ditolak. Penolakan maupun penerimaan *null hypothesis* bergantung pada nilai *critical value*. Nilai *critical value* merupakan pemisah dari area penolakan dan area penerimaan *null hypothesis*. Penelitian ini menggunakan *critical value* sebesar 1.96 atau -1.96 dengan *level of significance* 0.05 atau 5%, *confidence level* ($1 - \alpha$) = 95%. Hipotesis yang diajukan bersifat *two tailed*.

e. *Make a Decision*

Tahap terakhir dari uji hipotesis adalah menghitung *test statisti*, membandingkan *t-value* dengan *critical value*, dan

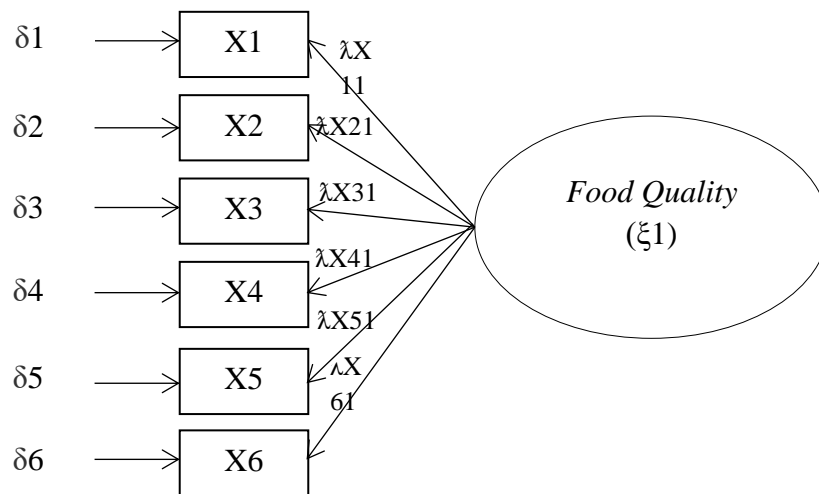
mengambil keputusan tolak *null hypothesis* atau jangan tolak *null hypothesis*.

3.7.5 Measurement Model

Penelitian ini terdapat 5 *measurement model* berdasarkan variabel yang diukur, yaitu:

a. *Food Quality*

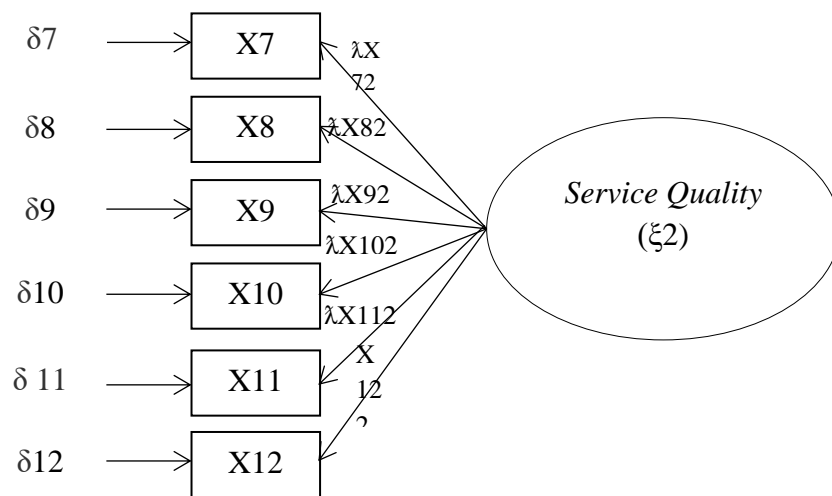
Pada model penelitian ini, terdapat enam indikator pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* dan mewakili satu variabel laten ξ_1 yaitu *food quality*. Model pengukuran *food quality* dapat dilihat pada gambar 3.17



Gambar 3.17 Model Pengukuran *Food Quality*

b. *Service Quality*

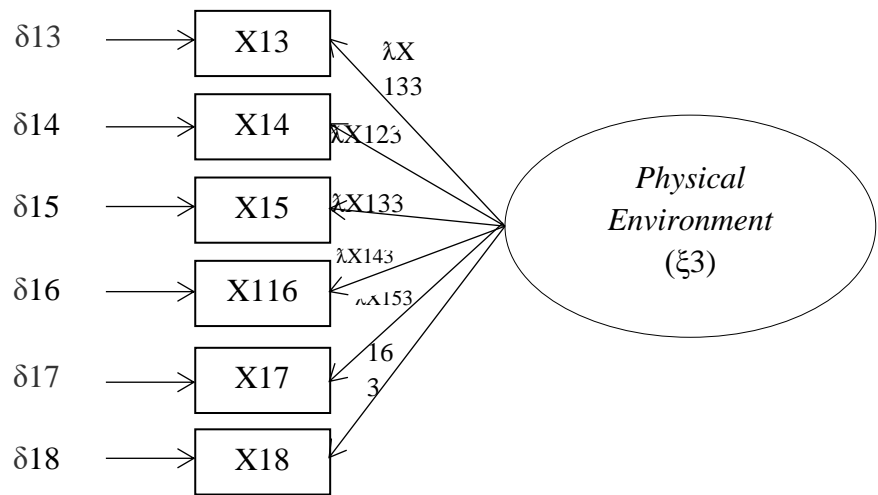
Pada model penelitian ini, terdapat enam indikator pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* dan mewakili satu variabel laten ξ_2 yaitu *service quality*. Model pengukuran *service quality* dapat dilihat pada gambar 3.18



Gambar 3.18 Model Pengukuran *Service Quality*

c. *Physical Environment*

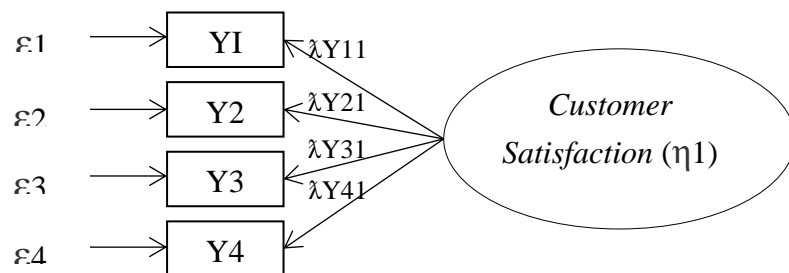
Pada model penelitian ini, terdapat enam indikator pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* dan mewakili satu variabel laten ξ_3 yaitu *physical environment*. Model pengukuran *physical environment* dapat dilihat pada gambar 3. 19



Gambar 3.19 Model Pengukuran *Physical Environment*

d. *Customer Satisfaction*

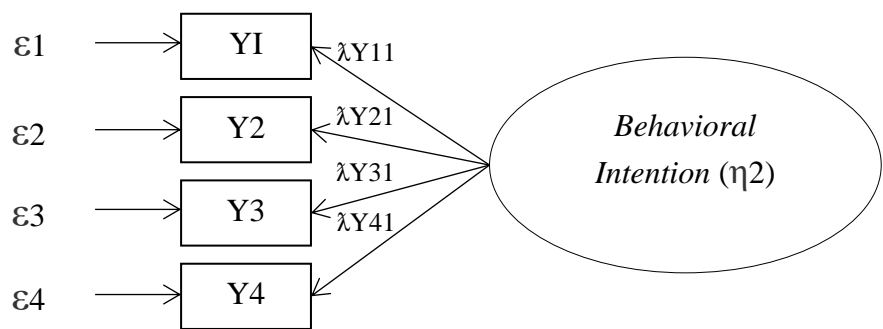
Pada model penelitian ini, terdapat enam indikator pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* dan mewakili satu variabel laten η_1 yaitu *customer satisfaction*. Model pengukuran *customer satisfaction* dapat dilihat pada gambar 3.20



Gambar 3.20 Model Pengukuran *Customer Satisfaction*

e. *Behavioral Intention*

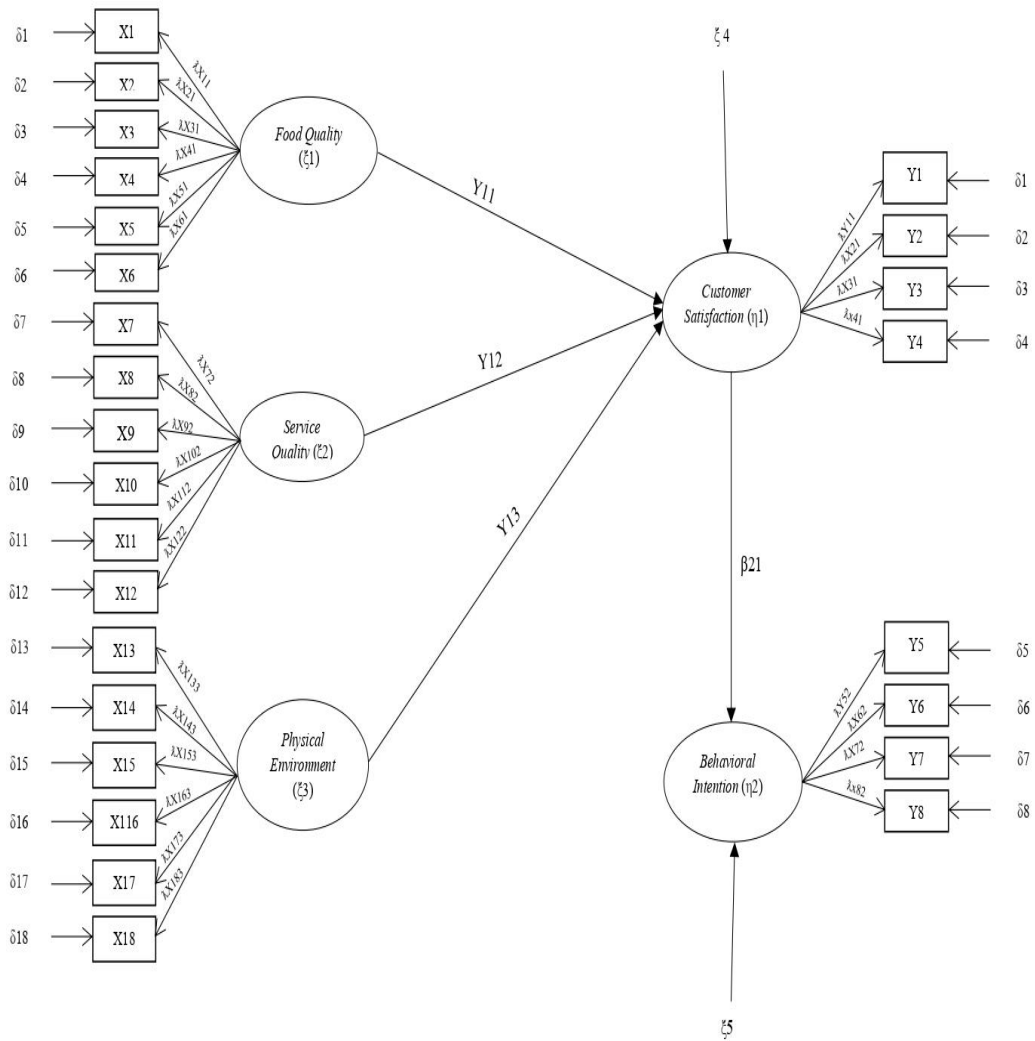
Pada model penelitian ini, terdapat enam indikator pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* dan mewakili satu variabel laten η_2 yaitu *behavioral intention*. Model pengukuran *behavioral intention* dapat dilihat pada gambar 3.21



Gambar 3.21 Model Pengukuran *Behavioral Intention*

3.8 Model Keseluruhan Penelitian (*Path Diagram*)

Gambar 3.22 di bawah ini menunjukkan model structural atau *path diagram* yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk gambar yang lebih jelas mengenai gambar model keseluruhan penelitian, peneliti lampirkan di halaman lampiran.



Gambar 3.22 Model Keseluruhan Penelitian