

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap suatu teori ataupun konsep dengan mempelajari ikatan antar variabel yang diukur menggunakan instrumen penelitian dan data yang akan dianalisis berbentuk angka yang akan diukur dengan prosedur statistik (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian ini bersifat eksplanatif, dimana penelitian yang bersifat eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan ikatan, perbandingan, atau pengaruh mengenai antar variabel dari data yang didapatkan dari sampel. Penelitian eksplanatif mempunyai kredibilitas untuk dapat mengukur, menguji hubungan sebab-akibat dari beberapa variabel dengan analisis statistik inferensial (Bungin, 2014).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian survei. Metode survei digunakan agar dapat menjelaskan mengenai tren, perilaku, atau menekuni suatu populasi. Metode survei dapat membantu menunjukkan hasil penelitian mengenai ikatan antar variabel yang berbentuk persentase ataupun perilaku, seperti ikatan positif atau negatif, serta ikatan prediktif seperti menduga suatu perilaku pada periode tertentu (Creswell & Creswell, 2018).

Metode penelitian survei tersebut dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google forms* kepada sampel yang telah ditetapkan untuk dapat mengetahui pengaruh *special event VALORANT Challengers Indonesia 2022* terhadap *customer experience* sebanyak 100 sampel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

(Malhotra & Dash, 2016) menyatakan bahwa populasi merupakan sebuah kumpulan elemen dimana memiliki ciri yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum melakukan penentuan terhadap sampel, diperlukan penentuan terlebih dahulu sasaran populasi secara spesifik. Dimana hal tersebut merupakan elemen dan unit *sampling*. Elemen merupakan objek yang diharapkan dapat membagikan data, sedangkan unit *sampling* merupakan unit yang mempunyai elemen tersebut. Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran populasi adalah sebagai berikut:

1. Elemen: Individu laki-laki atau perempuan yang sudah pernah bermain *game* VALORANT, mengetahui dan mengikuti perkembangan turnamen VALORANT di Indonesia, merupakan peserta atau penonton pada *event* VALORANT *Challengers* Indonesia 2022, dengan usia kisaran diatas 15 tahun.
2. Unit *Sampling*: Anggota komunitas *game* VALORANT di Indonesia.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan representatif jumlah serta ciri yang mewakili suatu populasi (Creswell & Creswell, 2018). Metode pengambilan sampel dibagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

1. *Probability Sampling*

Probability sampling merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan terhadap setiap orang pada populasi, dimana terdapat *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *cluster sampling*.

2. *Non Probability Sampling*

Non probability sampling merupakan metode pengambilan sampel bersumber pada kriteria tertentu pada saat pengambilan

sampel. Dimana pada metode tersebut terdapat *sampling* sistematis, kuota, insidental jenuh, *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yang bersifat *purposive sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel penelitian yang kriterianya sudah ditentukan, yaitu sebagai berikut:

1. Berusia > 15 tahun, dimana memiliki daya minat terhadap bermain *game* VALORANT.
2. Pernah bermain *game* VALORANT dan mengikuti perkembangan turnamen VALORANT di Indonesia.
3. Merupakan peserta atau penonton pada *event* VALORANT *Challengers* Indonesia 2022.

(Malhotra & Dash, 2016) menyatakan bahwa dalam menentukan jumlah sampel, akan bergantung terhadap kompleksitas model, jumlah data hilang, teknik estimasi, jumlah rata-rata *error variance* di antara indikator atau variabel yang diukur, dan distribusi data multivariat. Secara umum, jumlah sampel minimal terdapat empat sampai lima kali dari himpunan variabel (indikator). Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan jumlah sampel Malhotra, dengan jumlah indikator x 5, sehingga jumlah sampel yang didapatkan yaitu 155 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

(Creswell & Creswell, 2018) menyatakan bahwa variabel penelitian terbagi menjadi dua variabel, antara lain:

3.4.1 Variabel Bebas (X)

Variabel X atau variabel bebas adalah variabel dimana memberikan pengaruh terhadap variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel bebas pada penelitian ini adalah variabel *special event* oleh (Noor, 2013).

3.4.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel Y atau variabel terikat adalah hasil pengaruh atau *outcome* yang didapatkan dari variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu variabel *customer experience* oleh (Schmitt, 2011). Berikut ini merupakan tabel operasional variabel *special event* (X) dan *customer experience* (Y) pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>Special Event</i> (Noor, 2013)	<i>Uniqueness</i>	Perbedaan dari <i>event</i>	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> memiliki konsep acara yang berbeda dari <i>event</i> lain yang serupa
		Kebaruan dari <i>event</i>	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> dapat dengan mudah dibedakan dengan <i>event</i> lain yang serupa
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> memiliki kebaruan dibandingkan dengan tahun sebelumnya
	<i>Perishability</i>	Fasilitas untuk menyaksikan <i>event</i>	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> dapat dinikmati melalui Facebook
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> dapat dinikmati melalui Twitch
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> dapat dinikmati melalui Youtube
		Fasilitas untuk melakukan pendaftaran peserta	Fitur yang tersedia memudahkan peserta melakukan pendaftaran <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>
			<i>Website</i> pendaftaran <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> mudah diakses
	<i>Intangibility</i>	Manfaat yang didapatkan	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> meninggalkan kesan positif
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> meninggalkan sisi edukatif
	Suasana dan Pelayanan	Suasana yang terjadi	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> terlaksana dengan baik
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menghadirkan pertandingan yang menghibur
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menyajikan pertandingan yang menegangkan

		Pelayanan yang diberikan	Penyelenggara dalam <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat dipercaya
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menampilkan <i>caster</i> yang dapat menghibur para penonton
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menampilkan <i>analyst</i> yang dapat memberikan wawasan para penonton
	Interaksi Personal	Ajakan untuk berpartisipasi	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam <i>event</i> tersebut
		Interaksi yang terjadi	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> mengajak masyarakat untuk menyaksikan pertandingan dalam <i>event</i> tersebut
	<i>Customer Experience</i> (Schmitt, 2011)	<i>Sense</i>	Berlangsungnya pelaksanaan <i>event</i>
Saya dapat dengan mudah mengakses pertandingan <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>			
<i>Feel</i>		Kesenangan yang diterima	Saya menyukai tema yang disajikan pada <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>
			Saya menikmati pertandingan yang disajikan karena menampilkan tim-tim terbaik
		Pengalaman yang diterima	Saya menikmati pertandingan yang disajikan karena menampilkan permainan individual yang menarik
			Saya mendapatkan pengalaman yang berkesan dari <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>
<i>Think</i>		Hasil yang diterima	Saya sulit melupakan pengalaman yang diterima dari <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>
			Saya memiliki keinginan untuk bermain secara kompetitif setelah menonton pertandingan <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>
<i>Act</i>		Hasil yang didapatkan perusahaan	Saya menikmati <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> karena sudah sesuai dengan yang diharapkan
			Saya menikmati <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> karena dapat memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan <i>game</i> di Indonesia

			Saya menikmati <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 karena dapat memberikan reputasi baik untuk <i>developer game</i>
	Relate	Keinginan merekomendasikan <i>event</i>	Saya akan merekomendasikan <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 kepada orang terdekat
			Saya akan mengajak orang terdekat untuk menyaksikan <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 bersama-sama

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner sendiri merupakan salah satu instrumen untuk mengumpulkan data agar dapat menjawab sebuah penelitian (Bryman, 2012). Menurut (Malhotra & Dash, 2016) sumber data yang dikumpulkan terbagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan melalui hasil pengisian kuesioner oleh sampel dari populasi yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini, pengukuran data yang digunakan pada kuesioner adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* pada umumnya digunakan untuk dapat mengukur persepsi, pendapat, dan sikap seseorang atau sekelompok orang. (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa skala *likert* terbagi menjadi lima bagian, yaitu nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), nilai 3 untuk jawaban Netral (N), nilai 4 untuk jawaban Setuju (S), dan nilai 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS). Tetapi pada penelitian ini, tidak menggunakan skala Netral (N) agar hasil yang diterima tidak terdapat ambiguitas sehingga hanya menggunakan empat skala.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Poin
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang dikumpulkan dimana memiliki tujuan untuk kebutuhan dalam mendukung dan melengkapi penelitian. Menurut (Malhotra & Dash, 2016), data sekunder biasanya berupa sumber yang sudah terpercaya dan kredibel. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan literatur buku, publikasi melalui media berita yang kredibel, serta jurnal penelitian sebelumnya yang sudah dijabarkan pada studi pustaka.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mencari tahu akurasi responden yang mewakili karakteristik dalam penelitian pada hasil kuesioner yang diterima (Malhotra & Dash, 2016). (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk menunjukkan bahwa data yang terkumpul tidak menyimpang atau mewakili variabel yang dimaksud. Penyimpangan data dapat terjadi dikarenakan adanya jawaban yang tidak bervariasi atau adanya kesalahan dalam memasukkan pernyataan yang bukan bagian dari indikator variabel yang dimaksud (Salim & Haidir, 2019). Apabila hasil yang didapatkan valid, tentunya akan menjadikan sebuah penelitian yang bermutu dan tepat. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan uji *pre-test* terlebih dahulu untuk mengetahui validitasnya kepada 30 responden secara acak yang sesuai dengan kriteria responden.

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *r* hitung yang diperoleh dari data olahan SPSS

versi 25 dan r tabel. Pernyataan yang terdapat di kuesioner akan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu 0,361 dengan tingkat *degree of freedom* (df) sebesar 5% atau 0,05. Berikut ini merupakan tabel dari hasil uji validitas *pre-test* yang dilakukan kepada 30 responden terhadap pernyataan yang terdapat di variabel X (Tabel 3.3) dan variabel Y (Tabel 3.4).

Tabel 3.3 Uji Validitas Data Pre-Test Variabel *Special Event* Pearson's Correlation

No	Dimensi	Indikator	Pernyataan	R Hitung	Keterangan
1	<i>Uniqueness</i>	Perbedaan dari <i>event</i>	<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 memiliki konsep acara yang berbeda dari <i>event</i> lain yang serupa	0,413	VALID
		Kebaruan dari <i>event</i>	<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 dapat dengan mudah dibedakan dengan <i>event</i> lain yang serupa	0,642	VALID
			<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 memiliki kebaruan dibandingkan dengan tahun sebelumnya	0,438	VALID
2	<i>Perishability</i>	Fasilitas untuk menyaksikan <i>event</i>	<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 dapat dinikmati melalui Facebook	0,513	VALID
			<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 dapat dinikmati melalui Twitch	0,554	VALID
			<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 dapat dinikmati melalui Youtube	0,393	VALID
		Fasilitas untuk melakukan pendaftaran peserta	Fitur yang tersedia memudahkan peserta melakukan pendaftaran <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022	0,499	VALID
			<i>Website</i> pendaftaran <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 mudah diakses	0,560	VALID
3	<i>Intangibility</i>	Manfaat yang didapatkan	<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 meninggalkan kesan positif	0,789	VALID
			<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 meninggalkan sisi edukatif	0,674	VALID
4	Suasana dan Pelayanan	Suasana yang terjadi	<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 terlaksana dengan baik	0,586	VALID
			<i>Special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 menghadirkan pertandingan yang menghibur	0,437	VALID

			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menyajikan pertandingan yang menegangkan	0,472	VALID
		Pelayanan yang diberikan	Penyelenggara dalam <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat dipercaya	0,567	VALID
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menampilkan <i>caster</i> yang dapat menghibur para penonton	0,587	VALID
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> menampilkan <i>analyst</i> yang dapat memberikan wawasan para penonton	0,644	VALID
5	Interaksi Personal	Ajakan untuk berpartisipasi	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam <i>event</i> tersebut	0,580	VALID
			<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> mengajak masyarakat untuk menyaksikan pertandingan dalam <i>event</i> tersebut	0,472	VALID
		Interaksi yang terjadi	<i>Special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i> membuat para penonton dapat berinteraksi satu sama lain	0,785	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3.3, diketahui bahwa 19 butir pernyataan yang mewakili variabel X yaitu *special event*, memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361 ($r \text{ hitung} > 0,361$), sehingga semua butir pernyataan pada variabel X dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Data Pre-Test Variabel *Customer Experience* Pearson's Correlation

No	Dimensi	Indikator	Pernyataan	R Hitung	Keterangan
1	<i>Sense</i>	Berlangsungnya pelaksanaan <i>event</i>	Saya dapat dengan mudah mengakses pertandingan <i>special event VALORANT Challengers Indonesia</i>	0,739	VALID
			Saya menyukai tema yang disajikan pada <i>special event VALORANT Challengers Indonesia 2022</i>	0,643	VALID
2	<i>Feel</i>	Kesenangan yang diterima	Saya menikmati pertandingan yang disajikan karena menampilkan tim-tim terbaik	0,371	VALID

			Saya menikmati pertandingan yang disajikan karena menampilkan permainan individual yang menarik	0,478	VALID
		Pengalaman yang diterima	Saya mendapatkan pengalaman yang berkesan dari <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022	0,471	VALID
			Saya sulit melupakan pengalaman yang diterima dari <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022	0,646	VALID
3	<i>Think</i>	Hasil yang diterima	Saya memiliki keinginan untuk bermain secara kompetitif setelah menonton pertandingan <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022	0,669	VALID
			Saya menikmati <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 karena sudah sesuai dengan yang diharapkan	0,674	VALID
4	<i>Act</i>	Hasil yang didapatkan perusahaan	Saya menikmati <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 karena dapat memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan <i>game</i> di Indonesia	0,642	VALID
			Saya menikmati <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 karena dapat memberikan reputasi baik untuk <i>developer game</i>	0,498	VALID
5	<i>Relate</i>	Keinginan merekomendasikan <i>event</i>	Saya akan merekomendasikan <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 kepada orang terdekat	0,449	VALID
			Saya akan mengajak orang terdekat untuk menyaksikan <i>special event</i> VALORANT <i>Challengers</i> Indonesia 2022 secara bersama-sama	0,517	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3.4, diketahui bahwa dari 12 butir pernyataan yang mewakili variabel Y yaitu *customer experience*, seluruh butir pernyataan tersebut memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361 ($r \text{ hitung} > 0,361$). Sehingga dari 12 butir pernyataan pada variabel Y, seluruh pernyataan dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas dibutuhkan untuk melakukan pengukuran konsistensi jawaban yang dihasilkan apabila diukur secara

berulang dari waktu ke waktu. Pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila ketika dilakukan pengambilan data sebanyak mungkin, hasilnya akan tetap sama atau konsisten (Salim & Haidir, 2019). Reliabilitas pada suatu kuesioner dapat terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang nilainya berkisar antara 0,7 – 0,9 (Creswell & Creswell, 2018).

Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
$r < 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r < 1,00$	Sangat Tinggi

Sumber: (Creswell & Creswell, 2018)

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Pada Tabel 3.6 merupakan hasil uji reliabilitas dari *pre-test* untuk variabel X yaitu *special event* dan Tabel 3.7 merupakan hasil uji reliabilitas dari *pre-test* untuk variabel Y yaitu *customer experience*.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Data Pre-Test Variabel *Special Event* (X)

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Indikator
1	<i>Special Event</i>	0.875	19

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3.6, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel X yaitu *special event* sebesar 0,875, sehingga dapat dikatakan bahwa pengukuran pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel dan konsisten.

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Data Pre-Test Variabel *Customer Experience* (Y)

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Indikator
1	<i>Customer Experience</i>	0,809	12

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3.7, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Y yaitu *customer experience* sebesar 0,809, sehingga dapat dikatakan bahwa pengukuran pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel dan konsisten.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mencari tahu mengenai data yang disebarkan apakah sudah tersalurkan normal berdasarkan nilai residual (Ghozali, 2018). Uji normalitas dilakukan kepada sampel yang berukuran >50 sampel dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pada uji *Kolmogorov-Smirnov*, pendistribusian normal dapat terlihat pada nilai signifikansi > 0,05. Apabila signifikansi yang dihasilkan >0,05, maka pendistribusian data tersebut dapat dikatakan normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi yang dihasilkan <0,05, maka pendistribusian data tersebut dikatakan tidak normal.

3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Setelah melakukan uji normalitas, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. (Malhotra & Dash, 2016) menyatakan bahwa uji regresi linear sederhana dilakukan agar bisa mengetahui kekuatan hubungan dan besar hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya, dimana persamaannya adalah sebagai berikut (Tabel 3.8).

Tabel 3.8 Persamaan Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + bX$$

Sumber: (Malhotra & Dash, 2016)

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

3.7.3 Uji Hipotesis

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara yang berasal dari sebuah kalimat pernyataan. Pada uji hipotesis penelitian ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran terhadap dugaan sementara pada penelitian. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Ho: Tidak terdapat pengaruh pelaksanaan *special event* VALORANT *Challengers* Indonesia 2022 terhadap *customer experience*

Ha: Terdapat pengaruh pelaksanaan *special event* VALORANT *Challengers* Indonesia 2022 terhadap *customer experience*

