

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pondok Alam merupakan bisnis UMKM yang berdiri pada tanggal 15 Juni 2017. Bisnis ini sudah berjalan lebih dari 4 tahun sejak awal didirikan dan bergerak pada industri *food and beverages* di Sosok, Kalimantan Barat dengan menawarkan konsep restoran di alam. Konsep restoran alam yang ditawarkan meliputi lokasi dan fasilitas untuk bersantai dengan pilihan makanan dan minuman khas Indonesia yang bervariasi.

Gambar 3.1 Pondok Alam (1)



Sumber : Pondok Alam

Bisnis yang bergerak pada industri makanan dan minuman ini awalnya berasal dari keinginan seorang ibu rumah tangga yang pada akhirnya menjadi *owner* dari Pondok Alam, yang bernama Liu Oi Thin untuk memanfaatkan lahan kebun kosong miliknya menjadi sebuah bisnis. Lahan kebun kosong ini awalnya merupakan kawasan dekat hutan yang masih cukup sepi dan jarang dikunjungi sebelumnya. Melihat kondisi bahwa bisnis *food and beverages* menjadi industri yang cukup digemari saat itu, *owner* pun memutuskan untuk membuka bisnis berbasis *cafe* dengan ciri khasnya tersendiri.

Gambar 3.2. Pondok Alam (2)



Sumber: Pondok Alam Sosok

Gambar 3.3 Pondok Alam (3)



Sumber: Pondok Alam Sosok

Menyadari bahwa lahan yang dia miliki cukup luas dan asri serta memiliki potensi yang baik untuk dijadikan tempat berkumpul bersama karena lingkungannya yang sejuk, ia pun akhirnya memutuskan untuk membuat *cafe* dengan nuansa alam yang autentik. Nuansa alam yang segar dengan pepohonan rindang di dekat kawasan hutan inilah yang menjadi poin utama dari konsep yang ditawarkan oleh Pondok Alam. Lingkungan pada Pondok Alam juga disajikan dengan kesan natural dimana semua arsitektur dibuat dengan bahan dasar kayu dan dikelilingi oleh pepohonan yang tumbuh secara alami.

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019) desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja yang dibutuhkan dalam melakukan riset pemasaran. Kerangka ini merincikan prosedur apa saja yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menyusun permasalahan dalam sebuah riset, dan kemudian memecahkannya. Desain penelitian merupakan dasar dalam melaksanakan sebuah proyek penelitian.

### 3.2.1. Jenis Penelitian

(Malhotra, 2019) mengemukakan dua jenis desain penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

#### 1) *Exploratory research design*

Desain penelitian *exploratory* merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam rangka memberikan pemahaman dan wawasan mengenai permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian ini digunakan ketika peneliti perlu mendefinisikan masalah dengan lebih tepat, mendapatkan wawasan sebelum mengembangkan suatu pendekatan, dan mengidentifikasi suatu tindakan yang bersifat relevan. Dalam jenis penelitian ini, proses bersifat lebih fleksibel dan kurang terstruktur. Pengambilan data dalam model penelitian ini dapat dilakukan berdasarkan wawancara mandiri. Kemudian, sampel yang dipilih juga berukuran kecil serta tidak bersifat representatif, serta menghasilkan hasil penelitian yang bersifat tentatif.

#### 2) *Conclusive Research Design*

*Conclusive Research Design* merupakan desain penelitian yang lebih terstruktur dan lebih formal dibandingkan dengan jenis desain penelitian *exploratory*. Desain penelitian ini menggunakan sampel yang lebih representatif dengan pengolahan data secara kuantitatif. Hasil dari penelitian ini bersifat konklusif dan dapat dijadikan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan manajerial. Desain penelitian *Conclusive* dapat dibagi menjadi dua, yaitu *descriptive research* dan *causal research*.

##### A. *Descriptive research*

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang mendeskripsikan karakteristik atau fungsi pasar tertentu dengan menggambarkan beberapa komponen kelompok yang relevan, memperkirakan persentase dalam populasi tertentu terhadap suatu perilaku, persepsi, serta prediksi dan sejauh mana sebuah variabel dalam pemasaran terkait.

Penelitian deskriptif memiliki rumusan dari hipotesis tertentu. Dengan adanya perumusan ini, informasi yang dibutuhkan dapat didefinisikan secara lebih jelas

dan terstruktur. Penelitian deskriptif membutuhkan spesifikasi khusus mengenai beberapa aspek, yaitu komponen apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, dan cara penelitian (6W). *Descriptive design* memiliki dua jenis desain penelitian, yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*.

### **1. Cross-Sectional Design**

Desain *cross-sectional* hanya melibatkan satu kali pengumpulan informasi dari setiap sampel elemen populasi.

#### **a. Single Cross - Sectional Design**

Pada desain *single cross-sectional*, pengambilan sampel dan pengumpulan informasi hanya dilakukan satu kali saja dengan hanya menggunakan satu sampel responden yang diambil dari populasi yang menjadi target penelitian. Desain ini biasanya disebut sebagai desain penelitian survei sampel.

#### **b. Multiple Cross - Sectional Design**

Pada desain *Multi cross-sectional*, peneliti menggunakan lebih dari satu sampel responden. Namun, meskipun memiliki banyak sampel, pengambilan informasi tetap dilakukan satu kali saja. Informasi ini biasanya diperoleh pada waktu yang berbeda-beda dan berada di dalam interval waktu yang panjang. Desain penelitian ini menggunakan sampel yang berbeda tiap kali melaksanakan survei.

### **2. Longitudinal Design**

Desain *longitudinal* adalah jenis desain dimana seluruh sampel yang diambil dari populasi dalam penelitian bersifat tetap. Pengukuran dalam jenis penelitian ini juga dilakukan secara berulang, namun pada variabel yang sama. Sehingga, dibandingkan dengan *cross sectional - design*, desain penelitian *longitudinal* lebih berfokus pada pengambilan sampel yang tetap sepanjang penelitian. Desain *longitudinal* mempelajari perilaku dari orang yang sama dengan variabel yang sama secara berulang dari waktu ke waktu. Studi *longitudinal*

memberikan peneliti hasil berupa sebuah pandangan mengenai perilaku terhadap perubahan dan situasi yang terjadi.

### **B. Causal Research**

Penelitian kausal adalah jenis penelitian yang dilakukan dalam rangka memperoleh hubungan sebab-akibat terhadap suatu fenomena. Dengan adanya penelitian kausal, manajemen pemasaran dapat melakukan pengambilan keputusan dengan dasar asumsi dari sebab-akibat (kausal). Terkadang hubungan sebab-akibat tidak dapat langsung dibenarkan, oleh sebab itu, dibutuhkan penelitian lebih lanjut sebagai upaya validasi dari hubungan sebab-akibat tersebut. Dengan adanya validasi, pengambilan keputusan nantinya dapat dilakukan secara lebih optimal. Tujuan dari *causal research* adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi variabel yang menjadi penyebab dalam suatu fenomena, dan variabel mana yang menjadi akibat dari variabel tersebut.
2. Mengetahui hubungan antara variabel sebab-akibat dan memprediksi dampaknya di masa yang akan datang. Penelitian kausal membutuhkan desain yang terstruktur dan terencana. Dibandingkan dengan desain penelitian deskriptif yang hanya mengukur derajat hubungan antar variabel, penelitian kausal mampu menguji hubungan tersebut secara lebih kompleks. Pada penelitian kausal, variabel independen (kausal) dimanipulasi sehingga nantinya dapat mempengaruhi variabel dependen untuk dapat diperiksa sebanyak mungkin.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *Conclusive research design* karena menggunakan sampel yang representatif dengan pengolahan data secara kuantitatif, dengan *descriptive research* yang menggunakan desain *single cross-sectional* sehingga nantinya dapat menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dengan studi penelitian kausal. Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan sebab – akibat terhadap fenomena pada Pondok Alam antar *service quality, food quality, atmospherics, other customers*, dan *perceieved price* terhadap *customer satisfaction*

dan hubungannya terhadap *revisit intention*, serta pengaruh *variety seeking tendency* terhadap *revisit intention* dan *restaurant reputation* dan *customer satisfaction* dengan *trust* sebagai mediasi terhadap *revisit intention*.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

Dalam menentukan *sampling* penelitian, terdapat enam tahapan yang dapat dilakukan, yaitu *define the target population*; *determine the sampling frame*, *select a sampling technique(s)*; *determine the sample size*; dan *execute the sampling process* (Malhotra, 2019).

#### **3.3.1 Populasi dan sampel**

Populasi merupakan objek di dalam penelitian yang memiliki potensi serta mencakup karakteristik tertentu dalam penelitian untuk kemudian diteliti agar mendapatkan kesimpulan (Malhotra, 2019). Sehingga, populasi dari penelitian ini adalah orang yang mengetahui brand Pondok Alam. Sedangkan menurut (Malhotra, 2019), sampel merupakan bagian lebih sempit yang dipilih dari populasi dan akan digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi dengan karakteristik tertentu, yaitu:

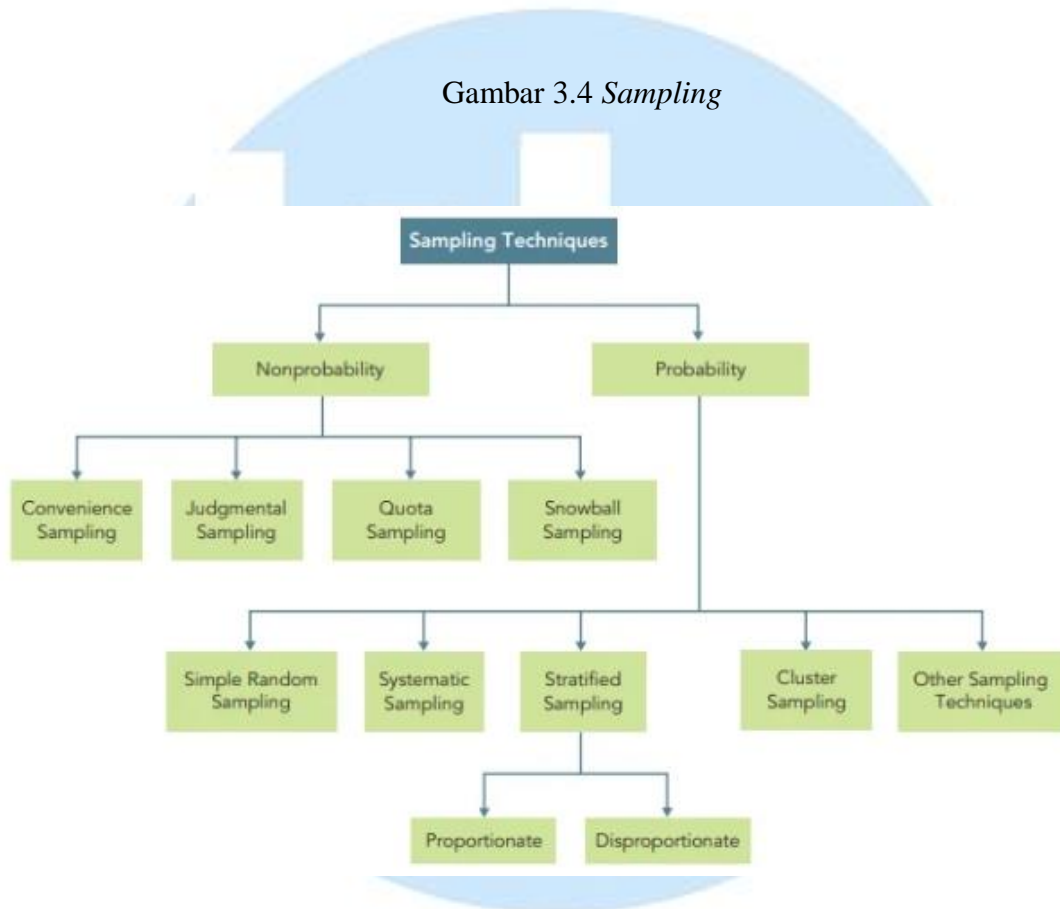
- a) Berada di daerah Kalimantan Barat
- b) Pria dan Wanita berusia minimal 14 tahun
- c) Pernah melakukan kunjungan ke Pondok Alam
- d) Pernah melakukan transaksi pada Pondok Alam
- e) Pernah membeli makanan dan minuman di Pondok Alam

#### **3.3.2 Sample Frame**

*Sample frame* merupakan elemen tertentu yang membatasi target populasi sebagai kriteria dalam proses pengambilan sampel. Pada penelitian ini, tidak terdapat *sampling frame* karena peneliti tidak memiliki data spesifik mengenai populasi.

### 3.3.3 Sampling Technique

Gambar 3.4 *Sampling*



Sumber: (Malhotra, 2019)

Menurut (Malhotra, 2019), *Sampling Technique* ada 2, yaitu *Non-Probability Sampling* dan *Probability Sampling*

#### 1) *Non-probability sampling*

Teknik pengambilan sampel dimana peneliti dapat memutuskan elemen apa saja yang harus dipenuhi oleh populasi agar dapat digolongkan ke dalam *sampel*. Dalam teknik pengambilan sampel melalui *non- probability sampling*,



semua unit di dalam populasi tidak memiliki kesempatan sama untuk menjadi sampel dari penelitian (Nugroho, 2019).

## 2) *Probability sampling*

Jenis pengambilan sampel dimana setiap sampel unit diambil berdasarkan pada kesempatan yang ada berdasarkan kebetulan, sehingga setiap populasi dapat menjadi *sampel* yang potensial dan kita dapat menentukan ketepatan estimasi *sampel* berdasarkan pada karakteristik yang diinginkan (Malhotra, 2019). Ada beberapa teknik pengambilan *sampel* dalam *probability sampling*, yaitu *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, *cluster sampling*, dan *probability sampling techniques* lainnya. Jenis- jenis *non- probability sampling* *Non-probability sampling* memiliki beberapa teknik yang umum di dalam pengambilan sampelnya, yaitu *quota sampling*, *snowball sampling*, *convenience sampling*, dan *judgemental sampling* (Malhotra, 2019) adalah sebagai berikut:

### a) *Quota Sampling*

*Quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pembagian secara dua tahap dimana peneliti harus membuat daftar karakteristik untuk sampel yang relevan terhadap penelitian dan pemilihan sampel berdasarkan pada penilaian atau kenyamanan. Pada tahap penetapan daftar karakteristik, peneliti harus dapat menentukan elemen yang relevan, misalnya saja umur, jenis kelamin, usia, dan sesuai dengan penilaian. Pada tahap penetapan kuota ini, peneliti harus mampu menyesuaikan keseimbangan antara proporsi dari elemen populasi dengan populasi elemen sampel yang memiliki karakteristik kontrol. Setelah kuota telah ditetapkan, peneliti dapat memilih sampel berdasarkan teknik *convenience* ataupun *judgement* dengan persyaratan bahwa sampel yang diambil nantinya harus sesuai dengan karakteristik kontrol.

### b) *Snowball Sampling*

Pengambilan sampel dengan teknik *snowball sampling* diawali dengan memilih kelompok responden secara acak, yang kemudian diwawancarai dalam rangka mengidentifikasi orang lain yang memiliki karakteristik sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan. Responden yang akan menjadi sampel nantinya akan dipilih berdasarkan pada referensi dari responden lain secara bergelombang untuk terus mendapatkan rujukan secara berlanjut, sehingga menimbulkan *snowball effect*. Meskipun pemilihan responden awal menggunakan *probability sampling*, pengambilan sampel akhir tetap menggunakan *non-probability sampling* karena rujukan dari responden awal mengacu pada karakteristik kontrol yang telah ditentukan. Pengambilan sampel dengan teknik *snowball sampling* biasanya diterapkan pada penelitian yang meneliti fenomena dengan karakteristik sampel yang jarang terjadi di dalam populasi.

c) *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan kenyamanan peneliti, dimana responden biasanya akan dipilih ketika mereka berada pada tempat atau waktu yang tepat. Teknik pengambilan sampel jenis ini merupakan teknik yang paling murah dan tidak memakan banyak waktu dalam pengambilan sampelnya. Namun, teknik ini terkadang menghasilkan bias dalam seleksi, termasuk dalam pemilihan responden dan tidak mewakili populasi yang telah ditentukan. Oleh sebab itu, pengambilan sampel dengan teknik *convenience sampling* dapat digunakan dalam penelitian *exploratory* dalam rangka menambah wawasan, ide, maupun hipotesis, namun tidak direkomendasikan di dalam *descriptive research* maupun *causal research*.

d) *Judgemental Sampling*

Teknik pengambilan sampel dengan *judgemental sampling* dilakukan berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh peneliti pada elemen populasi. Pada pengambilan sampel jenis ini, peneliti mengambil elemen yang akan

dimasukkan ke dalam sampel, karena dianggap mampu mewakili populasi. Pengambilan sampel dengan teknik ini lebih cepat, mudah, dan murah, namun tidak dapat digeneralisasikan secara langsung terhadap populasi tertentu. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling, karena pengambilan sampel dilakukan dengan mengumpulkan responden awal terlebih dahulu secara acak untuk kemudian memberikan referensi kepada peneliti, mengenai calon responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang telah ditentukan, untuk kemudian dilakukan pengambilan data. Pengambilan sampel ini akan dijalankan berdasarkan pada rujukan responden sebelumnya terhadap target sampel berikutnya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*, karena menggunakan populasi sebagai sampel dalam penelitian ini. Dengan Teknik sampling yang digunakan adalah *judgemental sampling* karena memiliki beberapa kriteria, yaitu Pria dan Wanita berusia minimal 14 tahun, berada di daerah Kalimantan Barat, pernah melakukan kunjungan ke Pondok Alam, pernah melakukan transaksi pada Pondok Alam, dan pernah membeli makanan dan minuman di Pondok Alam. Kriteria tersebut dipilih untuk menganalisis variabel variabel *service quality, food quality, atmospherics, other customers, perceived value/price, customer satisfaction, restaurant reputation, variety seeking tendency, trust, dan revisit intention*.

### **3.4 Sampling Size**

*Sampling size* merupakan jumlah yang diambil dari populasi untuk digunakan dalam penelitian dengan jumlah minimal 100 sampel ataupun lebih (Hair et, al, 2019). Oleh sebab itu, Penetapan jumlah responden ditentukan berdasarkan pada teori (Hair et, al, 2019) yang mengemukakan bahwa jumlah

sampel setidaknya adalah sebanyak lima kali dari jumlah atau indikator peneliti. Maka, penentuan jumlah responden pada penelitian ini didapatkan dari hasil perhitungan 45 indikator pertanyaan  $\times$  5, yaitu sebanyak 225 responden.

### **3.5 Prosedur Penelitian**

#### **3.5.1 Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dengan periode dari bulan Februari 2023 sampai dengan Juni 2023. Dalam periode ini, penelitian dilakukan mulai dari pencarian topik dan fenomena, rumusan masalah, pengumpulan teori, serta pengambilan dan pengolahan data, hingga pembuatan kesimpulan dan saran sebagai hasil dari penelitian, yang nantinya dapat menjadi masukan bagi pihak- pihak yang berkaitan, juga dapat berkontribusi sebagai saran terhadap berjalannya bisnis UMKM Pondok Alam.

#### **3.5.2 Teknik Pengumpulan Data**

##### **3.5.2.1 *Research Data***

Terdapat dua bagian dalam mengidentifikasi Teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut (Malhotra, 2019):

- 1) *Primary Data*

Teknik pengumpulan *primary data* dilakukan secara langsung tanpa perantara. Pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya adalah observasi, wawancara, eksperimen, hingga kuisioner. Pengambilan data primer menjadi lebih akurat karena pengambilan data dilakukan secara langsung dari populasi yang diteliti. Selain itu, data yang diambil memiliki informasi terbaru sesuai dengan waktu penelitian.

- 2) *Secondary Data*

Teknik pengumpulan *secondary data* dilakukan dengan menggunakan perantara dalam pengambilan sampel. Sampel yang diambil dapat bisa ditemukan dari beberapa sumber, misalnya saja penelitian sebelumnya ataupun catatan dari orang lain yang digunakan dengan tujuan penelitian. Pengambilan data *secondary* ini dapat dilakukan dengan mencari data pada beberapa sumber atau *platform*, misalnya saja secara daring dengan mengunjungi penyedia informasi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kedua teknik pengumpulan data diatas. Pengambilan *primary data* dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada sampel yang telah ditentukan. Kemudian pengambilan *secondary data* dengan mengakses studi ataupun jurnal sebagai landasan teori di berbagai *platform* internet. Pengambilan *secondary data* dilakukan dengan mengunjungi berbagai situs internet, artikel, *e-book*, ataupun jurnal ilmiah *online*.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Menurut (Zikmund, 2013), terdapat beberapa metode yang digunakan untuk melakukan suatu pengumpulan suatu data, sebagai berikut:

1) *Observation Research Metode*

*Observation Research Metode* adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara melihat dan merekam suatu pola perilaku individu dalam kelompok yang sudah pernah terjadi sebelumnya.

2) *Survey Research*

*Survey Research* adalah suatu metode pengumpulan data dengan data primer, yaitu secara komunikasi atau dalam bertanya kepada suatu individu untuk mewakili suatu tempat sampel.

Berdasarkan metode pengumpulan data diatas, penulis menggunakan *survey research* untuk pengumpulan suatu data. Pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuisoner kepada responden berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan.

Berikut tahapan dalam mengumpulkan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut:

- 1) Menentukan suatu fenomena yang terjadi dari suatu data (media sosial, jurnal, situs, dan *textbook* sebagai data sekunder)
- 2) Evaluasi terhadap identifikasi variabel yang akan diteliti
- 3) Menyusun daftar pertanyaan dan profile responden yang digunakan dari tabel operasional
- 4) Melakukan penyebaran pre-test kuesioner ke 30 responden dan diuji melalui SPSS
- 5) Melakukan penyebaran main test kusioner ke 225 responden dan melakukan uji hipotesis melalui SMART-PLS.

### 3.7 Operasionalisasi Variabel

#### 3.7.1 Definisi Operasionalisasi

Operasionalisasi Variable digunakan dalam suatu penelitian dalam pemnbuatan kusioner. Adanya Operasionalisasi variabel dapat meminimalisir adanya kesalahpahaman terhadap variabel dan skala linear terhadap variabel penelitian. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan skala 1 sampai 5. Skala linearnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Linear

Keterangan	Skala
------------	-------

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Data Penulis, 2023

### 3.7.2 Variabel Penelitian

Pada riset yang dilakukan ini terdapat variabel exogenous yakni *service quality (SQ)*, *food quality (FQ)*, *atmospherics (AT)*, *other customers (OC)*, *perceived value/price (PV)*, *restaurant reputation (RP)*, dan *variety seeking tendency (VST)*, sedangkan variabel mediasi atau *intervening* yaitu *trust (TR)* dan *customer satisfaction (SAT)*, serta konstruksi *endogenous* yakni *revisit intention (RI)*.

#### 1) *Exogenous*

Menurut (Hair, 2020) *Exogenous* adalah suatu variabel bebas atau independen variable yang menunjukkan panah dan tidak ada kontruksi terhadap panah tersebut.

#### 2) *Endogenous*

Menurut (Hair, 2020) *Endogenous* adalah variabel dependen karena memiliki suatu konstruktif dari panah dalam variabel tersebut.

#### 3) *Intervening* atau mediasi

Menurut (Hair, 2020) *Intervening* atau mediasi adalah suatu variabel yang digunakan sebagai perantara dari variabel eksogen dan endogen.

Berikut merupakan tabel operasionalisasi dari peneliti yang didalamnya terdapat indikator exogenous yakni *service quality (SQ)*, *food quality (FQ)*,

*atmospherics (AT), other customers (OC), perceived value/price (PV, restaurant reputation (RP), dan variety seeking tendency (VST). Kemudian, variabel mediasi atau intervening yaitu trust (TR) dan customer satisfaction (SAT), serta konstruksi endogenous yakni revisit intention (RI). Dalam menguji hipotesis pada penelitian, setiap variabel akan diukur dengan membagikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang mewakili dimensi dari variabel- variabel tersebut dengan menggunakan Skala Likert 1- 5 dengan tingkat sangat tidak setuju – sangat setuju.*

### 3.7.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel

No	Variable	Definisi Operasional Variable	Kode	Measurement (Inggris)	Measurement (Indonesia)	Scaling Technique	Source
1	<i>Service quality</i>	Menurut (Ramya, 2019) Service quality merupakan sebuah penilaian terhadap seberapa baik penyampaian suatu layanan berdasarkan pada perbandingannya dengan ekpektasi pelanggan.	SQ1	Services provided by this restaurant is satisfactory	saya puas dengan pelayanan di Pondok Alam	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			SQ2	The staff of this restaurant provide quick and prompt services	Pelayan di Pondok Alam melayani dengan cepat dan tepat		
			SQ3	The staff of this restaurant are always willing to help	Pelayan di Pondok Alam bersedia membantu saya ketika membutuhkan bantuan		
			SQ4	It is comfortable to deal with the staff	Saya merasa pelayan Pondok Alam berinteraksi baik		
2	<i>Food quality</i>	Food quality merupakan komposisi dari kualitas makanan yang terdiri dari	FQ1	Food presentation of the restaurant was visually attractive	Makanan yang tersedia di Pondok Alam menarik secara visual	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			FQ2	The smell of the food was enticing	Aroma makanan yang disajikan		



		nutrisi, rasa, tampilan, sehingga dapat menciptakan standar tertentu yang diinginkan atas suatu produk (Salsabilah, 2018).			menggugah selera saya		
			FQ3	The food were served at the appropriate temperature	Makanan di Pondok Alam disajikan hangat		
			FQ4	The food were tasty	Makanan di Pondok Alam enak		
			FQ5	The food served were fresh	Makanan yang disajikan segar		
			FQ6	The restaurant offers healthy options	Pondok Alam menyediakan pilihan makanan sehat		
3	<i>atmospharics</i>	<i>Atmospharics</i> merupakan substansi dalam layanan yang terdiri dari dekorasi, wewangian, suasana, desain, serta komunikasi (dalam bentuk perilaku dan penampilan pegawai) dalam layanan jasa (Park, 2019).	AT1	The restaurant have attractive interior and decor	Interior dan dekor di Pondok Alam menarik	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			AT2	Lighting in the restaurant was appropriate	Pencahayaan di Pondok Alam sudah sesuai		
			AT3	The background music was pleasant	Musik yang diputar di Pondok Alam menyenangkan		
			AT4	The restaurant was thoroughly clean	Pondok Alam memiliki tempat yang bersih		
			AT5	It is easy to move around the restaurant	Pondok Alam luas dan membuat saya nyaman untuk bergerak		
			AT6	The staff were neat and well dressed	Para pelayan di Pondok Alam berpenampilan rapi		
4	<i>other customers</i>	<i>Other customers</i> merupakan hal yang ada sebagai bagian dari suasana pada restoran sehingga	OC1	Other customers in the restaurant were elegant	Pelanggan lain di Pondok Alam berpenampilan rapi	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			OC2	Other customers in the restaurant had good manner	Pelanggan lain di Pondok Alam memiliki sikap yang baik		

		dapat mempengaruhi suatu tingkat kepuasan dan niat pembelian pada restoran (Lee, 2023).	OC3	It was pleasant to interact with other customers in the restaurant	saya merasa senang berinteraksi dengan pelanggan lain di Pondok Alam		
5	<i>Perceived value/ price</i>	<i>perceived price</i> merupakan faktor internal yang terdiri dari harga dan biaya produk, jumlah konsumsi, atau penawaran (Cakici, 2019).	PV1	The restaurant offers good value for price	Pondok Alam menawarkan harga yang sesuai	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			PV2	The overall value of dining at this restaurant is high	Secara keseluruhan, saya merasa Pondok Alam memiliki value yang baik		
			PV3	The dining experience at this restaurant was worth the money	Saya merasa pengalaman makan di Pondok Alam sudah sesuai dengan harga yang saya bayar		
6	<i>customer satisfaction</i>	Menurut (Cakici, 2019), <i>customer satisfaction</i> merupakan aspek <i>post-sale</i> berupa kepuasan pelanggan yang dapat menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen secara berkelanjutan.	SAT1	I am pleased to dine at this restaurant	saya merasa senang makan di Pondok Alam	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			SAT2	At this restaurant, I really enjoyed myself	Saya sangat menikmati ketika sedang makan di Pondok Alam		
			SAT3	The overall feelings I got from this restaurant put me in a good mood	Berada di Pondok Alam membuat mood saya menjadi lebih baik		
			SAT4	Overall, I am satisfied with this restaurant	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan Pondok Alam		
7	<i>restaurant reputation</i>	Menurut (Baloglu, 2022), <i>restaurant</i>	RP1	This is a famous restaurant	Saya merasa Pondok Alam terkenal	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)

		<i>reputation</i> didefinisikan sebagai pandangan atau kesan yang diberikan kepada restoran tentang pengalaman atau persepsi tentang kualitas makanan atau minuman, dari segi harga, suasana atau lainnya.	RP2	This restaurant has a good image among my friends and family	Pondok Alam memiliki image yang baik diantara teman dan keluarga saya		
			RP3	Overall, this restaurant has the reputation of being among one of the best, if not the best	secara keseluruhan, Pondok Alam memiliki reputasi sebagai salah satu tempat yang baik dan nyaman untuk dikunjungi		
8	<i>variety seeking tendency</i>	Menurut (Adapa, 2020), <i>variety seeking tendency</i> merupakan tendensi untuk berpindah dari produk atau layanan yang familiar atau menunjukkan kebalikan dari kecenderungan untuk berada pada suatu produk atau layanan yang sama.	VST1	I think it is fun to try out restaurants that I am not familiar with	saya merasa mencoba restoran lain yang tidak familiar untuk saya sangat menyenangkan	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			VST2	I am curious about restaurants that I am not familiar with	Saya penasaran dengan restoran yang tidak familiar bagi saya		
			VST3	When I eat out I like to try unknown restaurant even if I am not sure that I will like it	ketika saya makan diluar, saya cenderung mencoba restoran baru, meskipun saya tidak tahu apakah akan sesuai dengan selera saya atau tidak		
			VST4	I like to try out new restaurants regularly	saya suka mencoba restoran restoran baru		
			VST5	I like to try out different restaurants every now and then	saya suka mencoba restoran yang berbeda setiap saat		
9	<i>Trust</i>		TR1	I trust this restaurant	Saya percaya dengan kualitas	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)

		Menurut (Mannan, 2019), <i>trust</i> merupakan indikator keyakinan terhadap suatu kualitas layanan dan dari penyedia dan reliabilitas.			dari Pondok Alam		
			TR2	I can rely on this restaurant to serve me well	Saya percaya Pondok Alam bisa melayani saya dengan baik		
			TR3	I believe the restaurant will never try to cheat me	Saya percaya Pondok Alam tidak akan menipu saya		
			TR4	I trust their billing system	Saya percaya dengan sistem pembayaran di Pondok Alam		
			TR5	Overall, this restaurant is reliable	Secara keseluruhan, saya merasa Pondok Alam dapat dipercaya		
10	<i>revisit intention</i>	Menurut (Khasawneh, 2019) <i>revisit intention</i> merupakan variabel yang berhubungan dengan penilaian pengunjung melalui tingkat kesukaan atau rencana untuk mengunjungi suatu destinasi yang sama.	RI1	In the near future, I would like to visit this restaurant	Di masa depan, saya akan mengunjungi Pondok Alam lagi	<b>Likert 1-5</b>	(Mannan, 2019)
			RI2	I have a strong intention to visit this restaurant with my friends and family in the near future	Saya memiliki niat yang kuat untuk kembali mengunjungi Pondok Alam bersama dengan Teman atau keluarga saya		
			RI3	I will prefer this restaurant over other restaurants	Saya lebih memilih Pondok Alam dibandingkan restoran lain		

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer, yaitu melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Dimana pengambilan data primer dilakukan dua kali, yaitu pada saat melakukan *pre- test* dan *main test*. Kemudian pengambilan data sekunder

melalui jurnal dan studi terdahulu secara *online*. Penulis menggunakan SMART-PLS dalam menguji hasil *pre- test* dan untuk menguji hipotesis yang diteliti setelah melakukan *main test*.

### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut (Malhotra, 2019), uji Validitas adalah suatu pengukuran untuk melihat pengukuran dari permasalahan dari penelitian dengan uji validitas. Dengan adanya uji validitas dapat mengetahui apakah nilai tersebut bisa valid atau tidak valid. Penelitian oleh peneliti menggunakan aplikasi SMART-PLS untuk menguji validitas dari indikator yang diteliti dari penelitian melalui kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Validitas

NO	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Penelitian
1.	<i>Kaiser- Meyer-Olkin (KMO)</i>	Merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kesesuaian <i>factor analysis</i> (Malhotra, 2019).	<b>Nilai KMO <math>\geq 0,50</math></b> menunjukkan hasil <i>factor analysis</i> sudah sesuai.
2.	<i>Bartless Test of Sphericity</i>	Uji statistik yang digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel (Hair et, al, 2019)	<b>Sig: <math>\leq 0,05</math></b> Menunjukan bahwa korelasi antar variabel dianggap cukup. <b>Sig: <math>\geq 0,05</math></b> Menunjukan tidak terdapat korelasi yang cukup antar variabel.
3.	<b>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</b>	Pengukuran tingkat interkorelasi antara variabel dan evaluasi kesesuaian penerapan	<b>MSA: <math>\geq 0,50</math></b> Indikasi bahwa penerapan <i>factor analysis</i> sudah sesuai.

		<i>factor analysis</i> (Hair et, al, 2019).	
4.	<b>Factor Loadings</b>	Indeks numerik berupa korelasi yang mewakili hubungan antara variabel asli dengan indikator (Hair et, al, 2019).	<b>Factor Loading <math>\geq 0,50</math></b> Nilai factor loadings signifikan dalam matriks faktor.

Sumber: (Malhotra, 2019); (Hair et, al, 2019)

### 3.8.2 Reliabilitas

Reliabilitas merupakan konsistensi dari ukuran dengan tujuan untuk reliabilitas konsistensi internal. Reliabilitas digunakan sebagai nilai dan verifikasi suatu indikator yang digunakan. Nilai dari reliabilitas sendiri dikatakan Cronbach's Alpha adalah  $\geq 0,70$  (Hair J. F., 2020)

## 3.9 Analisis Data Penelitian

### 3.9.1 SEM (*Structural Equation Model*)

Analisis data penelitian menurut pendapat (Hair, et, al, 2017) SEM diartikan sebagai pengukuran yang bertujuan untuk menggabungkan aspek analisis faktor dan multi regresi yang bertujuan untuk melihat adanya hubungan variabel yang dibentuk. SEM ada 2 jenis model, yaitu:

1) *CB-SEM (Covariance-based structural equation modeling)*

Metode membangun suatu model sebagai penerangan *covariance* indikator setiap model.

2) *PLS-SEM (Partial least squares structural equation modeling)*

Merupakan jenis analisis SEM dengan basis komponen dan bersifat konstruktif formatif. Analisis PLS- SEM digunakan untuk mengetahui

pengaruh antar variabel untuk mengidentifikasi konsentrasi hubungan tiap variabel dan konstruk laten model penelitian.

Analisis ini nantinya akan digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah ada pengaruh *service quality*, *food quality*, *atmospherics*, *other customers*, dan *perceived price* terhadap *customer satisfaction* dan hubungannya terhadap *revisit intention*, serta pengaruh *variety seeking tendency* terhadap *revisit intention* dan *restaurant reputation* juga *customer satisfaction* dengan *trust* sebagai mediasi terhadap *revisit intention* dari Pondok Alam. Penelitian yang diteliti menggunakan aplikasi Smart PLS, dengan tujuan penelitian untuk mengetahui keterkaitan antara variabel terkait.

### 3.9.2 Proses dalam Tahapan *Structural Equation Model (SEM)*

Menurut (Hair et, al, 2019), terdapat enam tahap proses dalam prosedur SEM, yaitu sebagai berikut :

- *Defining Individual Constructs*

Tahap ini merupakan tahap pengukuran untuk mengidentifikasi kualitas atau kondisi pengukuran yang baik dalam melakukan analisis SEM. Pada tahap ini, peneliti akan memilih item yang digunakan dalam mengukur konstruk sebelum menetapkan dasar analisis, mencakup operasionalisasi konstruksi, identifikasi skala, pengembangan skala, dan penereapan *pre-test*.

- *Developing the Overall Measurement Model*

Tahap ini merupakan tahap pengembangan dimana setiap konstruk laten nantinya akan masuk ke dalam model, kemudian diidentifikasi dan diukur.

- *Designing a Study to Produce Empirical Results*

Merupakan tahap desain studi untuk menghasilkan hasil yang empiris. Tahap ini mencakup identifikasi berbagai hal yang diperlukan dalam analisis, termasuk jenis data yang akan dianalisis; serta solusi terhadap hilangnya data ataupun dampak dari data.

- *Assessing the Measurement Model Validity*

Pada tahap ini, analisis SEM akan masuk pada fase penilaian dengan melakukan uji validitas untuk menguji seberapa baik suatu model dalam indikator. Pengujian validitas meliputi pengukuran kemampuan kecocokan model terhadap data dengan menggunakan GOF (*Goodness-of-fit*), juga tingkat kecocokan dalam model pengukuran.

- *Specifying the Structural Model*

Tahap ini merupakan tahap penyesuaian model structural melalui kesesuaiannya terhadap hubungan antar variabel. Disini, peneliti akan berfokus untuk menetapkan model secara spesifik.

- *Assessing Structural Model Validity*

Tahap ini merupakan penilaian validitas model struktural terhadap hipotesis dalam menentukan hipotesis yang diterima dalam melakukan penelitian. Dimana, terdapat indeks kecocokan mengenai model struktural yang dapat diterima.

### **3.10 Model Jalur PLS**

#### **3.10.1 Outer Model (*Measurement Model*)**

*Outer model* merupakan elemen dalam model jalur untuk melihat hubungan antara konstruk dengan variabel yang sesuai (Hair et, al, 2019). *Outer model* dilakukan dengan tujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar



variabel laten dengan indikator – indikatornya. Model pengukuran yang ada dinilai dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Untuk validitas, pengukuran dapat dilakukan dengan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Dimana *convergent validity* digunakan untuk mengukur tingkat korelasi positif dengan mempertimbangkan beberapa komponen seperti *average variance extracted (AVE)*, dan *outer loadings*. Kemudian, *discriminant validity* dilakukan dengan melihat beberapa komponen seperti *cross loadings*, dan *Fornell- Larcker criterion*. Sedangkan untuk reliabilitas, pengukuran dapat dilakukan dengan *Cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *rho\_A*. Nilai *composite reliability* yang tinggi menunjukkan bahwa nilai konsistensi dari tiap indikator dalam mengukur konstruk.

### **3.10.2 Inner Model (Structural Model)**

Berdasarkan pada (Hair et, al, 2019), *inner model* merupakan model struktural yang digunakan dalam memprediksi hubungan kausalitas antara variabel laten, dengan melihat bagaimana variabel tersebut dapat saling berkaitan. Dalam merancang model struktural, terdapat beberapa tahapan diantaranya adalah uji signifikansi antar variabel dalam *structural model*, serta penilaian *coefficient path*, dan evaluasi tingkat R2 untuk mengukur tingkat variasi perubahan dari variabel independen terhadap variabel dependen, dan pengukuran GOF dan efek F2.

## **3.11 Kecocokan Model Pengukuran**

### **3.11.1 Kecocokan Model Pengukuran Outer Model**

#### 1) *convergent Validity*

Menurut (Hair et, al, 2019), *convergent validity* merupakan model pengukuran yang merefleksikan indikator berdasarkan *cross loading*. Model ini bertujuan untuk melihat konstruk indikator dengan

berdasarkan korelasi antara *item score* yang dihitung dengan PLS, dengan melihat syarat nilai dari *outer loadings*  $\geq 0,7$  dan *Value average variance extracted (AVE)*  $\geq 0,5$ .

### 2) *Discriminant Validity*

Menurut (Hair et, al, 2019), *discriminant validity* merupakan model yang digunakan untuk refleksif indikator yang dinilai berdasarkan pada *cross loading* dan *Fornell- Lacker Criterion*. Metode dalam menilai *discriminant validity* dapat dilakukan dengan membandingkan nilai AVE pada setiap konstruk dengan korelasinya dengan konstruk yang lain dengan nilai  $\geq 0,7$ . Pengukuran ini lebih konservatif apabila dibandingkan dengan *composite reliability*, tetapi dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas *component score* dari variabel laten.

### 3) *Reliability*

Menurut (Hair et, al, 2019), *reliability* merupakan tindak pengujian untuk mengukur nilai dari konsistensi. Persyaratan dari tingkat reliabilitas ini adalah:

Tabel 3.4 Persyaratan *Reliability*

<i>composite reliability</i>	$\geq 0,6 - 0,7$ ( <i>acceptable</i> ) $\geq 0,70$ ( <i>satisfied</i> )
nilai <i>cronbach's alpha</i>	$\geq 0,7$ ( <i>Reliable</i> )
rho_A	$\geq 0,7$ ( <i>Reliable</i> )

## 3.11.2 Kecocokan Model Pengukuran *Inner Model*

### 1) *Indicator Collinearity*

Menurut (Hair et, al, 2019), indikator kolinearitas muncul karena terdapat beberapa indikator dalam ukuran yang formatif dengan menggunkan matriks *Variance Inflation Factor* (VIF). *Indicator collinearity* akan dianggap bebas masalah jika nilai VIF  $\leq 3$ .

Adanya tingkat korelasi yang tinggi menyebabkan kesalahan dalam pembobotan indikator standar.

2) *T- Statistics*

Menurut (Hair et, al, 2019), T- statistic digunakan sebagai indikasi dalam melihat tingkat seberapa besar pengaruh antara variabel independen dan dependen. Dalam mengukurnya, dapat dilihat melalui nilai T-hitung  $>$  t-tabel, dan tingkat t-value  $\geq 1.96$  dan  $\alpha$  adalah 5%.

3) *R2 (Coefficient of Determination)*

Menurut (Hair et, al, 2019), *Coefficient of Determination* digunakan untuk menjelaskan tingkat kekuatan determinasi persamaan regresi sebagai indikasi kualitas variabel dependen. Terdapat 3 kategori R2 yaitu 0.67 (kuat), 0.33 (sedang), dan 0.19 (lemah). Jadi, semakin tinggi nilai dari R2, maka akan semakin tinggi pula kualitasnya.

4) *F2 Effect Size*

Menurut (Hair et, al, 2019), terdapat 3 kategori  $f^2$ , yaitu 0.35 (besar), 0.15 (sedang), dan 0.02 (kecil). *F2 effect size* digunakan untuk mengukur adanya dampak substantif pada aspek endogen terhadap dihilangkannya konstruksi eksogen.

5) *Q2 Predictive Relevance*

Menurut (Hair et, al, 2019), eksistensi *predictive relevance* dapat dilihat dengan nilai  $Q^2 > 0$ . Pengujian *predictive relevance* ini mengukur tingkat kualitas dari observasi dari *blindfolding*, yaitu

analisis yang digunakan untuk melihat tingkat relevansi prediksi model konstruk.

6) *Godness- of- Fit (GoF)*

Menurut (Hair et, al, 2019), *Godness- of- Fit ( GoF)* merupakan uji kesesuaian untuk melihat kecocokkan sebuah model terhadap pengamatan, dan mengidentifikasi kesesuaian suatu model terhadap matriks. Terdapat 3 kategori GoF, yaitu 0.1 (rendah), 0.25 (sedang), dan 0.36 (tinggi).

Rumus dari GoF adalah:

$$\mathbf{GoF} = \sqrt{(\mathbf{AVE} \times \mathbf{R2})}$$

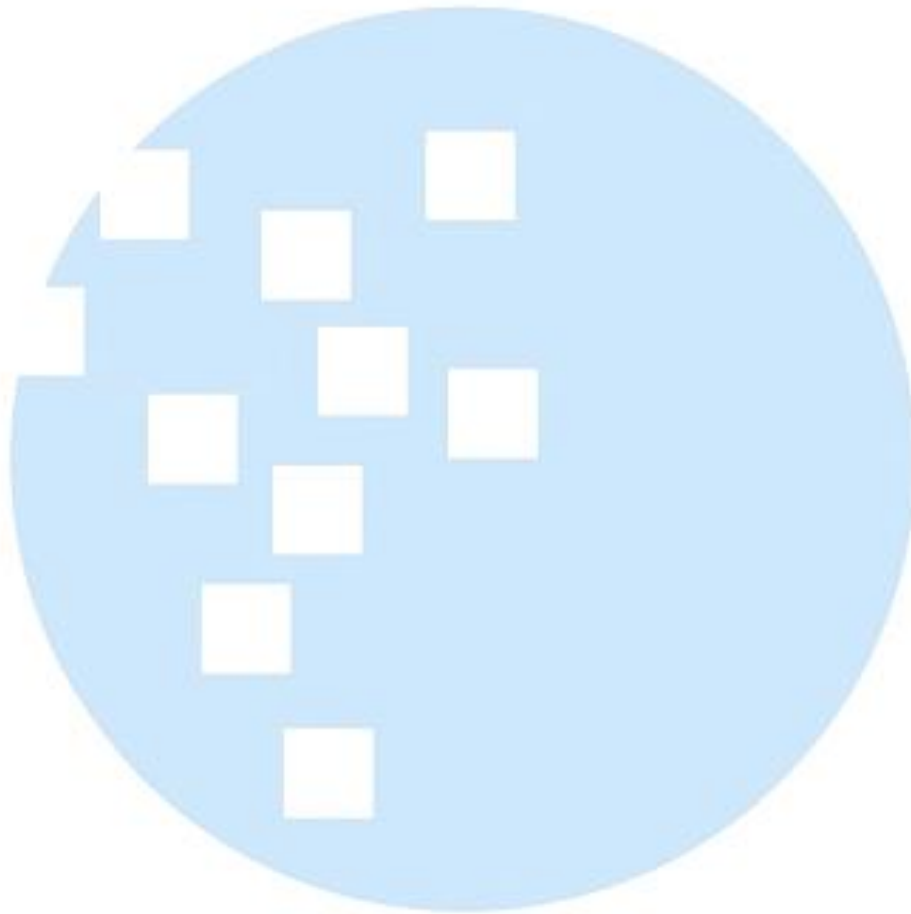
### 3.12 Hasil Uji Mediasi

Menurut (Hair, 2020) mediasi merupakan variabel yang digunakan sebagai perantara dari variabel eksogen dan endogen. Menurut (Hair et, al, 2019), adanya variabel mediasi menghubungkan kedua variabel dan dapat diuji pengaruhnya. Pengukuran uji mediasi dengan melihat nilai *P- Value* dengan beberapa kriteria sebagai berikut, yaitu *P- Value*  $\leq 0,05$  (diterima/ berpengaruh); dan apabila nilai *P- Value*  $\geq 0,05$  dianggap tidak memiliki pengaruh (ditolak).

### 3.13 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah suatu proses dalam prosedur yang dilakukan untuk melihat hasil dari hipotesis itu sendiri dari kuantitatif ataupun kualitatif (Hair et, al, 2019). Pada penelitian ini, kriteria - kriteria *P- value* yang digunakan dalam pengukuran

variabel penelitian akan menandakan bahwa hipotesis terkait diterima dan signifikan apabila bernilai kurang dari  $\leq 0,05$  dan nilai  $\geq 0,05$  berarti ditolak.



UMMN